

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Kätlin Unt

**PÄEVASPAA TEENUSTE ARENDAMINE DORPAT SPA  
NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Heli Tooman, PhD

Pärnu 2013

Soovitan suunata kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud “.....” ..... 2013. a.

TÜ Pärnu kolledži turismiosakonna juhataja

Heli Müristaja .....

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

## SISUKORD

Sissejuhatus .....	3
1. Spaateenuste teoreetilised käsitlused .....	6
1.1. Spaateenuste areng ja tulevikusuundumused .....	6
1.2. Spaade liigitamine ja eripärad .....	13
1.3. Päevaspaa teenused ja sihtrühmad .....	17
2. Päevaspaa teenuste arendamise uuring Dorpat SPA-s .....	24
2.1. Ülevaade Eesti päevaspaades pakutavatest teenustest .....	24
2.2. Dorpat SPA üldisloomustus .....	27
2.3. Uuringu eesmärk, meetod ja protsess .....	29
2.4. Kliendiuuringu tulemuste analüüs .....	30
3. Uuringu järeldused ja ettepanekud .....	40
Kokkuvõte .....	48
Viidatud allikad .....	51
Lisad .....	55
Lisa 1. Eesti päevaspaades pakutavad teenused .....	55
Lisa 2. Küsitlusankeet .....	58
Summary .....	62

## SISSEJUHATUS

Ühiskonnas aset leidvad muutused, nagu tööpinge kasv, rahvastiku vananemine ja püüdlus parema elukvaliteedi poole, avaldavad ülemaailmselt suurt mõju kogu turismi arengule. Maailma Terviseorganisatsiooni (WHO – *World Health Organization*) 1948. aastal vastu võetud uus tervise definitsioon, mille kohaselt tähendab tervis inimese täielikku kehalist, vaimset ja sotsiaalset heaolu, mitte ainult haiguse või puude puudumist, on oluliselt suurendanud inimeste terviseteadlikkust. Uudne lähenemine on vallandanud omakorda tohutu tervise- ja heaolukäsitluse arengu ning kasvava nõudluse üldist heaolu suurendavate teenuste ja toodete järele.

Tulenevalt inimeste suurenevatest vajadustest ja soovidest pidurdada oma vananemist, näha välja kenam ja püsida heas vormis on kõikjal, sealhulgas Eestis, tekkinud suurel hulgal spaateenuste ja -toodete pakkujaid. Üha juurde kerkivad spaad muudavad spaaturu konkurentsi järjest tihedamaks ning annavad klientidele võimaluse olla nõudlikum ja valivam. Lisaks ravile suunatud spaahotellidele on rajatud järjest rohkem päevaseid spaa- ja iluteenuseid pakkuvaid asutusi. Spaakultuuri edenemisega on kujunenud välja olukord, kus pea ükskõik milline hotell, veekeskus või ilusalong võib nimetada ennast spaaks. Konkurentsis püsimiseks ja eelispositsiooni säilitamiseks tuleb spaa-asutustel olla kursis käesoleva aja spaatrendidega ning klientide ootuste, vajaduste ja soovidega, millest lähtuvalt pakkuda sobivaimat teenuste ja toodete valikut.

Lõputöö teema valik põhineb asjaolul, et päevaspaad, mis on üha kasvav spaaturu osa, on Eestis siia maani alauuritud teema. Tänapäeva kiire elutempo ja kasvava tööpinge juures otsivad inimesed järjest enam lühiajalisi keha, hinge ja vaimu kosutavaid teenuseid. Päevaspaad, mis on suunatud eelkõige kuni ühepäevaste hoolitsuste ja teenusepakettide pakkumisele, on muutunud meelispaiaks paljudele kiire eluviisiga inimestele. Klientide huvi äratamiseks ja hoidmiseks teiste ilu- ja tervisteenuste

pakkujate kõrval, on päevaspaa jaoks oluline teada oma teenuste kasutajate ootusi, vajadusi, soove ja eelistusi, millele vastavalt suunata oma teenustevalikut ja -arengut.

Dorpat SPA, mis on Tartu piirkonna ja sealhulgas Lõuna-Eesti suurim päevaspaa, pakub mitmekesises valikus tervise- ja iluteenuseid. Ettevõttel on küll välja kujunenud oma püsiklientuur, kuid selle säilitamiseks pidevalt muutuvas ja arenevas ühiskonnas, tuleb suunata tähelepanu ka teenuste atraktiivsemaks muutmisele. Ettevõtte teenuste valik on valdavalt muutumatuna püsinud selle asutamise aastast alates. Oma eelispositsiooni hoidmiseks üha kasvavas päevaste spaa- ja iluteenuste pakkujate seas on vajalik välja selgitada, millistele päevaspaa teenuste arendamisele tuleks ettevõttel tähelepanu pöörata, et suurendada klientide rahulolu ja külastatavust. Lõputöö eesmärgiks on esitada päevaspaa teenuste kasutajate eelistusest ja soovidest lähtuvalt teenusearendusettepanekud Dorpat SPA-le. Lõputöö eesmärgi saavutamiseks on seatud järgnevad uurimisülesanded:

- töötada läbi teoreetilised teemakohased allikad, mille abil määratleda kasutatavad mõisted ja koostada kontekst spaateenuste arengu ja tulevikusuundumuste, spaade liigitamise ja eripärade ning päevaspaa teenuste ja sihtrühmade kohta;
- anda ülevaade Eesti päevaspaade turu hetkeolukorrast ning Dorpat SPA-s pakutavatest teenustest;
- valmistada ette ankeetküsimustik ning viia läbi uuring Dorpat SPA-d külastanud klientide seas;
- analüüsida uuringutulemusi ning teha uuringu põhjal järeldusi;
- esitada sobivadarendusettepanekud Dorpat SPA-le uute päevaspaa teenuste arendamiseks.

Uurimisülesannete täitmiseks kasutab diplomand kvantitatiivse uurimismeetodina ankeetküsitlust ning dokumentide analüüsi internetis. Ankeetküsitluses saadud andmete analüüsimiseks kasutatakse statistilist andmete analüüsi.

Lõputöö koosneb kolmest peatükist, mis jaotuvad omakorda alapeatükkideks. Esimene peatükk käsitleb spaateenuste teoreetilisi lähtekohti. Alapeatükkide lõikes on välja toodud spaateenuste areng ja suundumused, päevaspaade liigitamine ja eripärad ning päevaspaa teenuste ja sihtrühmade iseärasused. Teine peatükk moodustab lõputöö

empiirilise osa, mis keskendub päevaspaa teenuste arendamise võimalustele Dorpat SPA-s. Peatükk jaguneb neljaks alapeatükiks, millest esimene annab ülevaate Eesti päevaspaades pakutavatest teenustest. Teine peatükk tutvustab Dorpat SPA-d ja sealseid teenuseid. Kolmas alapeatükk koosneb uuringu eesmärgist ja meetodist ning neljas alapeatükk uuringu tulemuste analüüsist. Kolmas peatükk sisaldab uuringu järeldusi, millest tulenevalt on autor koostanud päevaspaa teenusearendusettepanekud Dorpat SPA-le.

Lõputöö koostamisel on autor kasutanud erinevaid eesti- ja inglisekeelseid raamatuid, teadusartikleid ja internetiallikaid. Lõputööd täiendavad allikate loetelu, lisad ja resümee. Lisad sisaldavad kliendiuuringus kasutatud küsitlusankeeti ja illustreerivat tabelit Eesti päevaspaades pakutavatest teenustest.

# 1. SPAATEENUSTE TEOREETILISED KÄSITLUSED

## 1.1. Spaateenuste areng ja tulevikusuundumused

Maailm on pidevas muutumises ning kasvav elutempo ja elanikkonna vananemine on märgatavalt suurendanud nõudlust spaa- ja heaoluteenuste järele. Kui varasematel aegadel tegelesid inimesed rohkem haiguste ravimisega, mitte nende ennetamisega, siis tänapäeval on oluliseks saanud teadlikkus vastutusest oma tervise eest ning võimalustest selle parendamiseks ja hoidmiseks. Käesolevas alapeatükis keskendutakse spaateenuste arengule ning tulevikutrendidele, mis on olulisteks aruteluteemadeks spaateenuste arendamisel. Teema käsitlemiseks on lisaks vajalik ennekoike mõista, kuidas defineeritakse ja kasutatakse mõistet „spaa“.

Spaa mõiste kujunemislugu on väga mitmekülgne ning selle nimetus ja tõenäoline tähendus varieerub erinevates maailma osades. Väidetakse, et sõna „spaa“ tuleneb ladinakeelsest terminist „*salus per aqua*“, mis tähendab „tervis läbi vee“ (Smith, Puczko 2009: 24). Selline spaa mõiste käsitus levis kõigepealt inglise keelt kõnelevates maades. Saksamaal kasutati sõna *kurort* ehk ravikoht, mis levis edasi ka Ida-Euroopasse. See mõiste omas laiemat tähendust, mida kasutati nii mineraalveeallikate asukohtade kui ka kliimaatiliste tingimuste kirjeldamisel. Sakslased kasutavad ka tänapäeval mõistet *bad*, mis tähendab „vanni“ ja „vanni võtmist“ ning mis tihti peale lisatakse ka geograafilisele nimetusele. Sarnase tähendusega on prantsuse keeles *le bains*, mis tähendab tänapäevases mõttes spaad. Itaalias on kasutusel sõna *terme* ja hispaanias *baños*. (Leavy, Bergel 2003: 3)

Teine võimalus on selgitada spaa mõistet vallooni keele abil, mida räägitakse Belgia lõunapoolsetes piirkondades ja kus *espa* tähendab allikat. Seal asub kuulus

mineraalveeallikate piirkond, mille järgi sai nimetuse ka väikene linn – Spa. (Frost 2004: 85) Samas on mõistet „spaa“ hakatud väga laialdaselt kasutama ning järjest keerukam on mõista, mida see levinud sõna tegelikult tähendab. Rahvusvaheline SPA Liit (ISPA – *International SPA Association*) on määratlenud spaasid kui asutusi, mis pakuvad erinevaid professionaalseid teenuseid tasakaalustamaks keha, vaimu ja hinge vahelist kooskõla. (Smith, Puczko 2009: 85)

Spaa mõiste ülemaailmne kasutamine on kujundanud moodsa väljendi, millele lisandub aina uusi tähendusi. Tänapäeva mõistes on spaa terviseasutus, kus vee kõrval või asemel võidakse pakkuda ravimuda ning mineraalvee asemel kasutatakse mere- või järvevett. Vesi võib isegi puududa toodete ja teenuste nimekirjast. See võib olla asendatud näiteks mähiste, maskide, turba, õlide ja ravimtaimedega. Kõige olulisemaks peetakse inimese tervist ning selle parendamiseks luuakse järjest uusi võimalusi. (Leavy, Bergel 2003: 5)

Inimeste heaolutunde tõstmisega seoses on tänapäevaks tekkinud väga erinevas valikus spaateenuseid, millest enamike päritolu küündib tagasi iidsetesse aegadesse, mil looduslike elementide, nagu taimed, ürdid ning mineraalvesi, raviv toime oli kõrgelt hinnatud. Varajased tsivilisatsioonid, nagu vanad egiptlased, roomlased, kreeklased, hiinlased ja indiaanlased, on kasutanud holistlikku ehk terviklikku lähenemist inimese seisundile, mis tänapäeval tähendab keha, hinge ja vaimu ühendamist. Pöörati tähelepanu haiguste ravimisele ning ühtlasi ka järjest rohkem nende ennetamisele. Mis veelgi tähtsam – juba siis eeldati, et inimene vastutab ise oma tervise ja heaolu eest. (D'Angelo 2006: 16)

Vesiravil põhinevad protseduurid on olnud peamised ajaloolised spaateenused, millele Euroopa spaad on traditsiooniliselt keskendunud. Põhirõhk on olnud mudal, hapnikuravil, tervislikul toitumisel ning mineraal-, termaal- ja mereveel. (Smith, Puczko 2009: 24–25) Samal ajal on aga inimeste üha kasvavaks ootuseks vanni- ja veehoolduste kõrval kujunenud ühepäevast turgutust pakuvad ilu- ja kehahooldused (Wellness Tourism Worldwide 2011: 14). Seoses tervishoiuvaldkonna arengu ja ennetavate heaoluteenuste kasutusele võtmise ning inimeste vajaduste ja ootuste muutustega keskenduvad Euroopa spaad järjest enam lõõgastust pakuvatele teenustele, mitte vaid raviprotseduuridele (Smith, Puczko 2009: 24).



Populaarsemate heaoluteenustena on käsitletud eesotsas iluteenuseid ning seejärel spordi- ja vaba aja teenuseid (Wellness Tourism Worldwide 2011: 14). Rahvusvahelise SPA Liidu poolt esitatud andmete kohaselt on massaaž kõige populaarsemaks spaateenuseks. Samas selgus, et kättesaadavuse ja kõige enam spaades pakutavate protseduuride poolest on esikohal näohooldused, olles olemas ligi 94% spaade valikus. Järgmisteks populaarsemateks teenusteks kujunesid massaažid 88%, kehahooldused 80%, ilusalongi teenused 66% ning alternatiivsed teenused 30%-lise osatähtsusega. (International SPA Association... 2013) Näohoolduste segmendi laienemist peetakse ka üheks peamiseks spaateenuste nõudluse kasvu põhjuseks. D'Angelo (2006: 18) arvamuse järgi on näohooldus muutunud peamiseks teemaks ilumaailmas, luues uudse ja kõikehõlmava mõtlemisviisi spaateenustest.

Oluline roll spaateenuste arengu ja populaarsuse kasvu juures on ka teaduslikel ja tehnoloogilistel saavutustel, mis on loonud üha uusi võimalusi haiguste ennetamiseks, raviks ja inimeste eluea pikendamiseks. Kuna inimesed on hakanud elama kauem, otsitakse pidevalt viise oma elukvaliteedi tõstmiseks. Püüdlused tervislikuma ja eatuma elustiili poole on märgatavalt suurendanud inimeste huvi vananemist pidurdavate ja ennetavate protseduuride vastu. Sellest tulenevalt on järjest suurenev hulk spaasid üle kogu maailma hakanud kasutama viimastel teadusuuringutel põhinevaid tooteid, varustust ja tehnikat. (*Ibid.*: 18–19)

Lisaks eelnevale on spaateenuste arengut jõudsalt mõjutanud ka edusammud dermatoloogia ja kosmeetilise kirurgia vallas. Inimeste üha aktsepteerivam suhtumine agressiivsematesse vananemist aeglustavatesse ravimeetoditesse on oluliselt kaasa aidanud meditsiinispetsialistide ja spaateenuste pakkujate vahelisele koostööle. (*Ibid.*: 19) McNeil'i ja Ragins'i (2005: 31) sõnul on suure tõuke spaateenuste edendamisse andnud 1949–1964. aastal sündinud „baby boomers“ generatsioon, kelle peamiseks sooviks on parandada oma füüsilist ja vaimset heaolu läbi mitmesuguste lõõgastust ja kosutust pakkuvate spaateenuste.

Seoses rahvastiku vananemisega püüdlevad inimesed mitmel pool arenenud riikides üha enam nooruslikkuse säilitamise poole (Ellis 2008: 67). Populaarseks on saamas nii öelda loomulik tervenemine vaba aja eesmärgil. Teisisõnu kasutavad inimesed oma vaba aega rohkem puhkamisele ja lõõgastumisele ennetamaks stressi ja haiguseid.

Samuti on inimesed seoses spaateenuste populaarsuse kasvuga muutunud teadlikumaks oma ootustest spaakülastusel. (Smith, Puczko 2009: 254, 261) Inimesed ootavad üha personaalsemat lähenemist oma tervisele, ilule ja heaolule. Kaasaegses ühiskonnas soovivad inimesed saavutada tasakaalu ja harmooniat neutraliseerimaks nende stressirikast ja kiiret eluviisi. (D'Angelo 2006: 16–17)

Inimeste suurenevad ootused spaakülastusel on muutunud demograafilised analüüsid üha tähtsamaks mõjuteguriks uute spaateenuste ja -toodete pakkumisel. Kuna inimesed on nõus tegema suuremaid kulutusi personaalsetele spaateenustele, mis rahuldavad nende individuaalseid vajadusi, siis eeldatakse ka suuremat sõnaõigust teenuste kvaliteedile. Selleks, et spaad saaksid pakkuda klientidele nende ootustele vastavaid teenuseid, tuleb kursis olla klientide soovide ja vajadustega juba enne teenuse osutamist. (*Ibid.*: 38–39)

Järjest tihenevas spaateenuste pakkujate seas on oma sihtgruppide vajaduste määratlemiseks oluline olla kursis ennekõike erinevate spaaturu trendidega, mis otseselt võivad ettevõtte edu ning teenuste pakkumist mõjutada (*Ibid.*: 28). Ellis (2008: 67, 77) märgib lisaks, et käesolevate hetke trendide mõistmine ja tuleviku suundumuste prognoosimine on oluline eelkõige strateegilise planeerimise seisukohalt, aidates spaadel leida selge suund, tagada konkurentsieelis ning suurendada klientide poolt saadavat kasutegurit ja rahulolu. Vastavate tuleviku trendide prognoosimiseks tuleb olla kursis ka hetkel ülemaailmsete spaamajanduses domineerivate suundumustega, mis jaotuvad alateemade lõikes sotsiaalseteks, tehnoloogilisteks, poliitilisteks, majanduslikeks ning keskkonnast tingitud teguriteks.

Sotsiaalsed ehk demograafilised suundumused näitavad inimkonna vananemist pea kõikjal. Samal ajal kui vananev ühiskond vajab üha enam meditsiinilist abi, on suurenenud ka keskealiste inimeste huvi oma nooruslikkuse ja elujõulisuse säilitamise vastu. Tehnoloogiliste edusammude juures on märkimisväärseks informatsiooni kättesaadavus, mis on muutunud väga kiireks ja mugavaks – suhtlemine toimub ülemaailmselt sõltumata geograafilistest vahemaadest. Spaaettevõtluse seisukohalt on tehnoloogias aset leidvad saavutused mitmekesistanud spaateenuste ja -toodete valikut ning pakkumise võimalusi. Tervishoiu ja kosmeetiliste protseduuride nimekirja on

lisandunud näiteks DNA-analüüsid, toksikoloogilised hindamised, laseroperatsioonid, ohutud süstimised jpm. (Ellis 2008: 77–78)

Majanduslike suundumuste kohaselt kujunevad suure rahvaarvuga maade, eriti Hiina, Venemaa ja India elanikud põhilisteks ülemaailmseteks spaateenuste tarbijateks. See tähendab spaadele jällegi suurenevat nõudlust kasvu. Kuna inimeste jõukus kasvab, on ka üha rohkem inimesi huvitatud spaateenustest ning sealjuures ka suutelised vastavaid kulusi nende tarbimiseks tegema. Rahvastiku kasv ja majanduslike ressursside suurenev kasutamine avaldavad omakorda survet keskkondlikele teguritele. Sellest lähtuvalt on näha kasvavat nõudlust looduslike spaakogemuste ja -protseduuride järgi. Järjest enam pannakse rõhku keskkonnasäästlikkusele ja selle teadvustamisele spaaettevõtete hulgas. Poliitilised arusaamatused, sh rahvusvahelised konfliktid, looduskatastroofid, terrorismioht, on jällegi inimestes tekitanud ärevust ja hirmu, mis võib mõjutada inimeste reisimise tahet. Sellegi poolest on stressi vähendamine peamiseks spaa külastuse põhjuseks, mistõttu võib populaarseks saada suundumus „spaa omas kodus“. (*Ibid.*: 78–80)

Teisalt on vajalik välja toodud makrokeskkonnast tulenevate suundumuste kõrval arvestada ka trendidega, mis võivad spaaettevõtlust negatiivselt mõjutada. Üheks probleemiks võib kujuneda liigne spaade ehitamine ja vähene üksteisest eristumine, mis viib pakkumise üleküllastumiseni. Ülemäärased kulutused tööjõule, energiale ja ülalpidamisele võivad omakorda muuta spaaettevõtluse võimatuks äriks. Liigne ressursside kasutamine ja ükskõikne suhtumine ülemaailmsetesse probleemidesse võivad anda tagasilöögi kogu spaaettevõtluse arengule ning viia avalikkuse negatiivse suhtumiseni spaadesse. Peale selle võib spaaettevõtlust mõjutada spaade liigne keskendumine meditsiinilisele poolele, mis jätab tahaplaanile lõõgastuse ja puhkuse ning muudab seeläbi spaakogemuse külastaja jaoks vähem tähendusrikkaks. (*Ibid.*: 80–81)

Spaaettevõtluse tuleviku trendide juures saab käsitleda erinevaid spaakogemuse tegureid, nagu vesi, toit, teraapiad, iluteenused, puhkus, haridus ning ka kättesaadavus, ühiskond ja vaimne uuenemine. Oodatud uuendusteks on näiteks puhtam ja vitamiinirikkam toit ning kvaliteetsemad tooted ja teenused. (*Ibid.*: 81) Spaateenustest koguvad populaarsust kõrgtehnoloogial põhinevad protseduurid, nagu vananemist

pidurdavad protseduurid, laseroperatsioonid ja ilusüstid. Samuti on trendiks mitmesugused omavahel kombineeritud teenused, nagu *watsu* (vesi ja *shiatsu* massaaž), *yogalates* (jooga ja pilates), *neuroobika* (meelte aeroobika) jt. Sealhulgas pööratakse järjest suuremat tähelepanu ka mees- ja lapsklientidele. Meeste puhul keskendutakse lisaks spaateenustele ka köitva spaakeskkonna loomisele ning lisateenuste pakkumisele, nagu golfi kursused ja sobilik spaamenüü. Spetsiaalselt lastele suunatud spaateenuste, nagu näiteks šokolaadi maniküür, arendamisel on oluline osa eelkõige loomingulisusel. (Barrows, Powers 2008: 281) Rahvusvahelise spaa- ja heaoluajakirja SpaFinder-i esimees Ellis (2013: 1–55) on prognoosinud 10 peamist spaasuundumust 2013. aastaks, mis on järgnevad:

- Tervisliku suunitlusega hotellid – populaarsust koguvad heaolu tunnustavad hotelliketid, mis pakuvad üheskoos nii treeningutele, spaateenustele, tervislikule toitumisele kui ka unekvaliteedi parandamisele suunatud programme.
- Meeliülendavad massaažid – kasvavaks trendiks on uudsed keha, hinge ja vaimu ühendavad massaažid, mis aitavad inimesel lõõgastuda kiiremini ja sügavamalt ning avaldavad tugevat mõju inimese emotsioonidele ja ajule. Tähelepanu on suunatud eelkõige hingamisele ja teistele tõhusatele meetoditele, mis suurendavad vaimset ja füüsilist tegevust.
- „Maalähedus“ – üha rohkem meditsiinilisi tõendeid näitab looduse positiivset mõju inimeste vaimsele tervisele, hoides nii aju kui ka närvisüsteemi töökorras ning vähendades haigustest tekkivaid põletikke. Kui varasemalt on spaakogemus piirdunud üldjuhul päevavalguseta ruumides tehtavate hooldustega, siis nüüd järjest enam liigutakse vabasse loodusesse. Tõusutrendiks on basseini ääres, metsas ja rannas teostatavad massaažid ja hoolitsused ning ka matkamine, kärestikusõit ja ratsutamine.
- Spaa-genoomika – geneetilised testid on uudseks ja veel üsnagi arengujärgus olevaks viisiks ennetusravis, pakkudes inimestele teaduslikult põhjendatud arengukavasid, kuidas nad võiksid elada paremini ja kauem. Erinevate testide abil on võimalik välja selgitada, millist mõju võivad avaldada stressi vähendamine, tervislik toitumine ja liikumine haiguste ennetamisele ja enneaegsele surmale.
- *Ayurveda* ja iidsete raviviiside taaselustamine – iidset spaatraditsioonid on omandamas spaakogemuse juures üha sügavamat tähendust. Spaades on oodata

ehedamat ja kõikehõlmavat lähenemist vanadele spaatraditsioonidele, pakkudes sealhulgas laialdasemat ja eksootilisemat spaateenuste nimekirja.

- Värvide väljenduslikkus – värv kujuneb põhiliseks elemendiks erinevate iluprotseduuride juures. Juukse- ja näohoolduste kõrval on näha mitmekesist värvide kasutamist üha enam ka kehamaalingutes (tekkinud on spetsiaalsed „tattoo spaad“) ja küünte kujundamises. Suurt tõusu näitavad ka nahka helendavad ja sära lisavad tooted ja teenused.
- Kõikehõlmav heaolu – järjest rohkem spaasid hakkab tulevikus tähelepanu pöörama suurenevale hulgale erivajadustega inimestele. Selleks viiakse spaades läbi muudatusi ning kohendatakse oma tehnikaid ja varustusi vastavaks, et pakkuda valuvaigistavaid ja liikuvust suurendavaid protseduure ning treeningprogramme, mis aitaks neil inimestel terveneda ja hoida oma keha töökorras.
- Bränditeadlik *fitness* – meedia suurenev surve ja kuulsuste jäljendamine koos maailmas aset leidvate probleemidega, nagu inimkonna rasvumine ja kiire vananemine, loovad aluse tuntud kaubamärgiga treeningprogrammide kasvule.
- Meeskliendid: juuksuriteenusest *brotoxini* – meesklientide suurenev huvi spaateenuste vastu intensiivistab spaades „mehelike“ teenuste väljatöötamist. Mitmete spaade teenuste valikusse on lisandunud meestele suunatud protseduurid, nagu maniküür, pediküür, nahahooldused, vahatamine ning ka meestele suunatud täiteainete süstid (*brotox*) ja iluoperatsioonid. Erinevalt naistest, kes tihti peale soovivad kogu näo täielikku muutust, eelistavad mehed kohendada vaid konkreetset näopiirkonda.
- Suurenev vabade töökohtade hulk – heaoluturu jätkuv plahvatuslik kasv toob endaga kaasa kvalifitseeritud tööjõu kriisi spaaettevõtluses. Suureneb nõudlus haritud spaadirektorite, terapeutide ning mitmesuguste spetsialistide ja praktikute järgi.

Spaateenuste pidev areng on märgatavalt suurendanud inimeste huvi oma heaolu ja tervise vastu. Klientide kasvava huvi ja rahulolu hoidmiseks ning uute küllastajate köitmiseks on oluline olla kursis nii käesoleva aja trendidega kui ka tulevikusuundumustega, mis võivad spaaettevõtet ja teenuste pakkumist mõjutada. Viimastel aastakümnetel on trendid spaaettevõtluses palju muutunud ning niisamuti ka inimesed, kes neid teenuseid tarbivad. Inimeste vajaduste muutumine ning jätkuv

teaduse ja tehnoloogia areng toob ka edaspidi kaasa uusi trende, millega spaaettevõtetel oma edu hoidmisel ja tõstmisel tuleb arvestada.

## **1.2. Spaade liigitamine ja eripärad**

Inimeste üha suurenev teadlikkus oma tervisest ja võimalikest viisidest oma heaolutunde tõstmiseks on muutnud spaateenuste pakkujate turu üheks kiiremini ja jõudsamalt kasvavaks turuks. Tekkinud on hulgaliselt spaasid, mis erinevad üksteisest oma asukoha, suuruse, väljanägemise, pakutavate teenuste ja mitmete teiste tegurite lõikes. Üha suurenev hulk spaasid on muutnud kliendid spaateenuste valimisel ettevaatlikuks, suurendades omakorda spaade omavahelist konkurentsi ja eristumisvajadust. Parema ülevaate saamiseks erisugustest spaadest, sh päevaspaadest, on autor koostanud käesoleva peatüki, mis käsitleb spaade liigitust ja nende eripärasid.

Tänapäeva spaad pakuvad oma klientidele laias valikus võimalusi, milleks võivad olla toitumine, sisemise ilu leidmine, stressi leevendamine, vaimne uuenemine, parem elukvaliteet ja alternatiivsed raviprotseduurid (Kelleher 2004: 18). Cohen (2008: 4, 8) leiab lisaks, et tänapäevase spaa mitmekesine iseloom ühendab endas erinevaid valdkondi, nagu turism, arhitektuur, kinnisvaraarendus, maastikukujundus, iluteenused, massaažid, mood, söök ja jook, puhkus ning traditsiooniline meditsiin. Spaadest ja heaolukuurortidest on saanud nii öelda „kaasaegsed templid“, kus lisaks tervise turgutamisele saavad inimesed kogeda eri rituaale ja tavasid ning süvendada oma teadlikkust üldist heaolu tõstvatest meetoditest.

Spaade üha keerukam ja sügavam käsitus on muutnud spaad oma kontseptsiooni ja olemuse poolest väga erisugusteks, pakkudes spaateenuseid ka kõige nõudlikumalegi külastajale. Selleks, et külastaja oskaks teha õigeid valikuid ning orienteeruda mitmekesisis spaade ja sealhulgas nende poolt pakutavate teenuste valikus, jagatakse spaad erinevateks liikideks. Rahvusvaheline SPA Liit on jaganud spaad kuueks järgnevas kategooriaks (Types of Spas 2013):

- klubispaa – peamine eesmärk on treening, spaateenuseid pakutakse päevaseks kasutamiseks;
- päevaspaa – pakutakse mitmekesisis valikus spaateenuseid päeval ehk ilma ööbimiseta;

- sihtkohaspaa – peamine eesmärk on parendada külaliste elustiili ja tervislikku seisundit, pakutakse majutust, toitlustust, spaateenuseid, harivaid programme ja treeningvõimalusi;
- ravispaa – peamine eesmärk on pakkuda kombineeritud spaateenuseid ning ka tava- kui ka täiendavaid teraapiaid, et tagada oma klientidele heaolu ja arstiabi;
- mineraalveespaa – pakutakse kohapeal asuva mineraal-, termaal- või merevee raviprotseduure ja hoolitsusi;
- kuurort- ja spaahotell – kuurortis või spaahotellis asuv spaa, kus pakutakse majutust, toitlustust, treeninguid ja mitmesuguseid spaateenuseid.

Rahvusvaheline SPA Liidu 2010. aasta uuringu kohaselt moodustavad päevaspaad 79% kogu maailma spaamajandusest, millele järgnevad kuurort- ja spaahotellid (9%) ning ravispaad (8,7%). Ülejäänuteks on muud spaaliigid, nagu klubi-, mineraalvee- ja sihtkohaspaad. (International SPA Association... 2013) Kui Euroopa spaakultuur on juba varajastest aegadest keskendunud põhiliselt mineraal- ja kuumaveallikatel põhinevatele sihtkohaspaadele ja spaahotellidele, siis Ameerikas moodustavad suurema osa spaamajandusest eelkõige päevaspaad (Wellnes Tourism Worldwide... 2013: 10).

Tänapäevane päevaspaa on välja kasvanud eelkõige kohalike elanike vajadusest oma lähipiirkonnas asuvas spaas kasutada üksikuid teenuseid, nagu saunad, massaažid ning näo- ja kehahooldused. Päevaspaa on peamiselt suunatud lühiajalisele keha, hinge ja vaimu turgutusele ning päevaste iluhoolduste pakkumisele nii naistele, meestele kui ka teismelistele. Teisisõnu on päevaspaa koht, mis pakub teenuseid ja pakette, mis kestavad ühest tunnist kuni päevani. (Kelleher 2004: 18) Sealjuures ei paku päevaspaa majutust ning üldjuhul ka mitte toitlustust (Burkholder 2007: 107).

Päevaspaa Liit (DSA – *Day Spa Association*) on defineerinud päevaspaad kui teenindusasutust, mis pakub mitmekesises valikus professionaalseid spaateenuseid, mida teostavad vastavat sertifikaati omavad spaatöötajad. Päevaspaa puhul võib olla tegemist nii eraldiseisva asutusega kui ka ilu- ja terviseteenuste pakkujaga, mis kuulub hotelli, ilusalongi või tervisekeskuse juurde. Peale selle on mitmed päevaspaad ühinenud heaolukeskustega või lisandunud ravile suunatud rajatiste juurde, nagu rehabilitatsioonikeskused, dermatoloogia- või ilukirurgia kliinikud. (Burkholder 2007:

108) Seega võib päevaspaasid olla väga erinevaid, mis jaotuvad järgnevalt (Hadley 2012: 18):

- öko-päevaspaad – propageeritakse jätkusuutlikku (päikeseenergia kasutamine, jäätmekäitlus) ja keskkonnasõbralikku eluviisi ning hoolitsustes võidakse kasutada loodustooteid;
- peredele orienteeritud päevaspaad – pakutakse teenuseid kogu perele;
- täiskasvanutele orienteeritud päevaspaad – pakutakse teenuseid üksnes täiskasvanutele;
- lastele orienteeritud päevaspaad – pakutakse eriprotseduure lastele või hoolitsetakse laste heaolu eest samal ajal, kui vanemad on hooldustel;
- lemmikloomasõbralikud päevaspaad – lubatakse endaga kaasa võtta lemmikloomi;
- termaalvee spaad – keskenduvad eelkõige veeprotseduuridele;
- lennujaama spaad – keskenduvad rohkem asukohale kui spaateenustele;
- meditsiinilise suunitlusega päevaspaad – pakutakse spaateenustele lisaks tervist parendavaid raviprotseduure;
- sihtkoha päevaspaad – väiksemad päevaspaad, milleks ei pruugi ilmtingimata olla suursugused spaakompleksid või luksushotellis asuvad spaad.

Siiski leidub eelnevatele lisaks kosmeetikasalonge ja spordiklubisid, kes reklaamivad end päevaspaana ning pakuvad spaahooldusi, mis aga tegelikkuses ei sarnane traditsiooniliste spaahooldustega. Selline päevaspaa mõiste laialdane ja ühtlasi ka vastutustundetu kasutamine teeb külastajad ettevaatlikuks. Rahvusvahelised organisatsioonid püüavad välja töötada vastavaid regulatsioone, mis määratleks päevaspaa mõiste ning järgunõuded asutustele, kes seda nimetust kasutada võivad. Päevaspaa eristamiseks tavapärastest ilusalongidest ja tervisekeskustest on Päevaspaa Liit seadnud järgnevad põhinõuded (Kelleher 2004: 17; Scott, Harrison 2006: 19):

- puhas, turvaline ning meeldiv keskkond;
- privaatsed hoolitsuste ruumid;
- pesemis- ja riietumisruumid meestele ja naistele;
- hommikumantlite ja susside kasutamise võimalus;
- kvalifitseeritud personal;
- professionaalsed spaatooted;



- lõõgastumisala;
- keha- ja näohooldused ning veeprotseduurid;
- poolepäevased ja päevased hooldustepaketid;
- võimalusel juuksuriteenused, käte- ja jalgadehooldused ning konsultatsioonid õigeks toitumiseks, kaalu langetamiseks ja füüsiliseks treeninguks.

Euroopas populaarsema spaaliigina käsitletud kuurort- ja spaahotellid on kujunenud peamiseks kohtadeks, kuhu inimesed lähevad lõõgastuma ja puhkama (D'Angelo 2006: 33). Põhirõhk on tihtipeale eelkõige kuurordi asukohast tingitud kaunil looduskeskkonnal kuivõrd spaal. Spaateenused on vaid üks mitmetest vaba aja veetmise võimalustest, mida hotelli külastajad saavad kasutada. Lisaks majutusele, toidlustusele ja traditsioonilistele spaahooldustele pakuvad paljud sellelaadsed spaahotellid mitmeid lõõgastus- ja sportimisvõimalusi, nagu golf, tennis, veespordi- ja ostlemisvõimalused, kaljuronimine, ratsutamine jt. (Williams 2007: 7) Scott ja Harrison (2006: 20) on määratlenud nõuded, milliseid võimalusi peaksid kuurort- ja spaahotellid endas sisaldama:

- pesemis- ja riietumisvõimalus;
- hommikumantlite ja susside kasutamise võimalus;
- privaatsed hoolitsuste ruumid koos pesemisvõimalusega;
- kvalifitseeritud tööjõud;
- keha- ja näohooldused;
- poolepäevased ja päevased hooldustepaketid;
- lõõgastumisala;
- basseini, jõusaali ning sportimisvõimalused, sh tennise- ja golfiväljakud;
- spaatoitlustus;
- võimaluse korral juuksuriteenused, käte- ja jalgadehooldused, veehoolitsused ning vee- ja saunakeskus.

Klientide teadvustamiseks erinevate spaahotellide poolt pakutavate teenuste olemusest ja vastavusest spaa olemusele on Eestis välja töötatud spaahotellide kategooriad. Eesti SPA Liidu kohaselt on spaahotellide kategooriaid kolm: ravispaahotell, spaa- või heaolspaahotell ning ravi- ja heaoluspaahotell. Ravispaahotellidel, mis keskenduvad eelkõige taastusravile ja raviprotseduuridele, on kindel nõue, et raviteenuste osutamisel

peab ettevõttel olema tegevusluba haiglavälise arstiabi osutamiseks. Ravi- ja heaoluspaahotellidel kehtib samuti antud nõue, kuid lisaks raviteenustele on võimalik pakkuda ka heaoluteenuseid. Erinevalt teistest kategooriatest pole spaa- ja heaoluspaahotellidel nimetatud tegevusluba vaja, kuna raviteenuseid ei osutata. Sellised spaahotellid pakuvad oma klientidele mitmekesiseid hooldus-, lõõgastus- ja teisi spaateenuseid. Spaateenused on pigem lõõgastavad ja virgestavad ning teenindus kõrge kvaliteediga ja personaalne. (Spaa-hotellide järgunõuded 2013)

Lisaks spaahotellide kategooriatesse jaotamisele on Eestis seatud teatud miinimumnõuded, millele spaa-asutused peaksid vastama. Vastavalt majandus- ja kommunikatsiooniministri määrusele „Nõuded majutusettevõtetele“ (turismiseaduse § 19 lõike 4 alusel) on sätestatud nõuded, mis peavad olema täidetud, kui ettevõtte soovib oma nimes lisada sõna „spaa“. Määruse kohaselt võib majutusettevõtte nimes, tähistuses ja majutusettevõttes pakutavate teenuste pakkumisel ning müügil kasutada sõna „spaa“, kui majutusettevõttes pakutakse vähemalt järgmisi teenuseid (Nõuded majutusettevõtetele... 2012):

- kaks erinevat massaažiteenust;
- kaks erinevat veehooldust või basseini kasutamise võimalus;
- saunateenus (vähemalt 6-kohaline saun);
- kaks erinevat ilu- ja isikuteenust, mis ei ole saunateenus või taastusravi tervishoiuteenuste osutamine.

Tänapäevaks on tekkinud hulgaliselt spaasid, millel on välja kujunenud omasugused nõuded ja eripärad, millele teenuste osutamisel tuginetakse. Vaatamata spaade mitmekesisusele, lähtuvad pea kõik spaad ühisest eesmärgist pakkuda inimestele erinevaid võimalusi oma tervise taastamiseks, terviseprobleemide ennetamiseks ja lõõgastumiseks. Sõltuvalt inimeste vajadustest ja spaakülastuse eesmärgist on külastajatel võimalik valida erineva suuruse, väljanägemise ja suunitlusega spaade vahel.

### **1.3. Päevaspaa teenused ja sihtrühmad**

Inimeste soov näha ilus välja ja omada hoolitsetud nahka on muutunud olulisteks märksõnadeks kaasaegses spaakultuuris. Nahahooldus- ja iluprotseduuride järjest

kasvav populaarsus on viinud olukorrani, kus ilusalongid on laienenud spaadesse, haarates neis enda alla üha olulisemat positsiooni. Nõnda on kujunenud päevaspaad, milliseid võib pidada kesketeks kohtadeks, kus kõiki ilu- ja kehahoolitsusi pakkuda. Käesoleva alapeatüki eesmärgiks on anda ülevaade päevaspaades pakutavatest teenustest ning päevaspaa klientide vajadustest, ootustest ja soovidest.

Päevaspaa sisaldab endas erinevaid lõõgastus-, hooldus- ja spaateenuseid. Teenuste valikus peaksid sisalduma massaažid, keha- ja näohooldused, aroomiteraapia ning vannid, dušid või saunad. Võimaluse korral ka juuksuriteenused, käte- ja jalgadehooldused ning toitumis- ja treeningnõustamine. (Leavy, Bergel 2003: 9) Smith ja Puczko (2009: 198) toovad välja, et teenuste pakkumisel peaksid olema eraldi kuivad ruumid massaažide ja näohoolduste jaoks, niisked ruumid vannide ja vesimassaažiteraapiateks, salong juuksuriteenusteks, jumestuseks ja küüntehooldusteks ning aeroobika- või jõusaal. Tihtipeale on päevaspaas lisaks eraldatud riietumis- ja pesemisruumidele ka saunad ning väikesed basseinid. Hoolduste ruumide kõrval on üheks päevaspaa osaks veel vastuvõtt koos pühendunud ja pädevate spaatöötajatega, kes hoolitsevad selle eest, et külastajad tunneksid ennast oodatuna ja hästi.

Päevaspaa külastamisel ja spaaprotseduuri saamisel on üheks oluliseks päevaspaa teenuste osaks konsultatsioon, mis on kui algpunkt tervikliku spaakogemuse juures. Konsultatsiooni eesmärgiks on välja selgitada kliendile sobivad ja vastunäidustatud hooldused. Enne protseduuri teostamist tuleb igal spaaspetsialistil veenduda, et kliendi tervislik seisund lubab soovitud teenust saada. Sõltuvalt spaakülastuse eesmärgist võimaldab konsultatsioon anda hinnangut näiteks kliendi naha olukorrale või saada tervislike eluviiside alast nõustamist. (Kelleher 2004: 23)

Näohooldusi kui ühtesi populaarsemaid spaaprotseduure võib pidada siinkohal üheks tõenäolisemaks päevaspaa külastuse põhjuseks. Tuleneb see eelkõige inimeste kasvavast teadlikkusest ja huvist oma näonaha parendamise võimaluste kohta. Näohoolduse ajal saab klient kosmeetikult tagasisidet oma näonaha seisukorra ning protseduurist saadud tulemuse kohta. (*Ibid.*: 23, 29) Üldjuhul kestavad näohooldused ligi tund aega ning sisaldavad koorimist, massaaži, maski ja seerumi, õli või kreemi pealekandmist (Leavy, Bergel 2003: 12). Näohoolduste valikus võivad olla näiteks

probleemse näonaha hooldus, päevitusjärgne-, noorendav-, aroomi- ja vitamiin A-C-E näohooldus (Kelleher 2004: 30–36).

Seoses ülemaailmse rahvastiku vananemise ja „*baby boomers*“ generatsiooni suurele hulgale on päevaspaa teenuste valikusse lisandunud spetsiifilised noorendava toimega kosmeetilised iluprotseduurid. Sellisteks kortse ennetavateks ja vähendavateks hooldusteks on ilusüstid, laserprotseduurid, naha korrektuurid, keemilised koorimised, mikrolihvimised jne. (*Ibid.*: 67–69)

Näohoolduste kõrval pakuvad suurepärasest võimalust keha lõdvestamiseks ja lõõgastumiseks mitmesugused massaažid. Massaažide hulka kuulub ligi 80 erinevat massaaži tüüpi, mis eristuvad üksteisest oma tehnika ja toime poolest. Üheks kõige tavapärasemaks massaažiks on Euroopa massaaž, millel on hea toime lihastikule, lümf- ja vereringele. (*Ibid.*: 41, 48) Populaarsete massaažidena on käsitletud veel energeetilist-, laavakivi-, kristalli-, rasedate-, imikute- ja laste massaaži. Viimastel nimetatutel on positiivne mõju laste ja imikute arengule ning heaolule. (Leavy, Bergel 2003: 16–17)

Populaarsete kehahoolduste hulka kuuluvad kehamähised, mis on lõõgastava ja jääkained väljutava toimega. Protseduuri teostatakse erinevatele kehapiirkondadele, kasutades iidsetel rituaalidel põhinevat mähkimistehnikat. Sellisteks hooldusteks on näiteks mähised *ayurveda* mineraalidega, surnumere mudaga, fangomudaga, ürtidega, turbaga ja vetikatega. (Kelleher 2004: 37–40)

Näo- ja kehahoolduste kõrval pakub tõeline päevaspaa ka veega seonduvaid protseduure ja hoolitsusi, mis on samuti üheks oluliseks eristusluseks päevaspaa ja ilusalongi võrdluses. Veel põhinevateks teenusteks võivad olla erinevad ravidušid ning vanni- ja saunahooldused. (D’Angelo 2006: 33) Vanniprotseduurideks on näiteks muda-, mineraalvee-, merevee- ja massaaživannid. Vesiravi vannides kasutatakse tihtipeale vanniveele lisatuna erinevaid vanniekstrakte, mis tänu oma intensiivsele aroomile mõjuvad kas lõõgastavalt või ergutavalt. Ravidušsideks on näiteks *vichy*-, juga- või lehvikdušid, mis eristuvad üksteisest vee temperatuuri, surve ja kiiruse poolest. (Kelleher 2004: 53–57)

Päevaspaa teenused on orienteeritud peamiselt küll ilule ja lõõgastusele, kuid nende hulgas pakutakse lisaks eelnimetatuile ka teisi tervise ja heaolu parendamisele suunatud teenuseid, nagu jooga, reiki ja refleksoloogia (D'Angelo 2006: 33). Mitmed päevaspaad on ühendatud ka spordiklubidega, millest tulenevalt pakutakse erisuguseid treeningprogramme ning treening- ja toitumisenõustamist. Siia alla kuuluvad näiteks erinevad aeroobika stiilid, *kickbox*, pilates, meditatsioonid, spinning, *tai chi* jt. (Kelleher 2004: 97)

Suurenev spaade ning nende poolt pakutavate teenuste osakaal ja üha kasvav tähtsus mõjutavad tihedalt klientide ootusi ja vajadusi ning nende ajakasutust. Selleks, et vastata klientide vajadustele, on oluline spaa-asutustel lisaks üksikteenustele luua klientidele terviklik külastuskogemus, mis mõjutaks positiivselt nende vaimset ja füüsilist heaolu. (O'Fallon, Rutherford 2011: 40) Voigt jt (2011: 57) on oma artiklis kajastatud uuringu põhjal jõudnud järeldusele, et spaaklientidel on kuus põhilist vajadust, mis omavad olulist rolli spaa külastusel. Nendeks on füüsilise tervise parendamine, välimuse eest hoolitsemine, põgenemine argipäeva elust, lõõgastumine, uudsete teenuste kogemine, enesehinnangu tõstmine ja kogu protsessi nautimine. Koh jt (2010: 731) arvamuse kohaselt on inimestel kindlad spaakülastusest saadavad kasutegurid. Nad on toonud välja neli põhilist kasusaamise dimensiooni: sotsiaalne, lõõgastumine, tervis ja noorenemine.

Lisaks on põhilisteks spaaklientide ootusteks soov olla mõistetud ja teretulnud ning tunda end tähtsana ja mugavalt. Usaldusväärsete suhete loomisel ettevõtte ja klientide vahel on klientide jaoks oluline, et neid kuulatakse ja osatakse vastata nende küsimustele. Kuna spaasid külastavad inimesed, kes soovivad eelkõige lõõgastuda ja põgeneda igapäevase tööpinge eest, siis tahavad nad ennast tunda hästi ja väärtustatuna. Siinkohal on personaalne ja kliendikeskne teenindus olulisteks märksõnadeks, millele spaaettevõtted kliendi rahulolu hoidmisel peaksid tuginema. Väikestele detailidele rõhutamine, nagu tervitusjoogi või rätiku pakkumine, mõjutavad märgatavalt klientide külastuskogemust. Samuti pöörab suur osa spaaklientidest tähelepanu teenuse kvaliteedi ja hinna omavahelisele vastavusele. Kliendid soovivad, et hind vastaks kvaliteedile ning spaast lahkudes tunneksid, et saadud teenus oli kasulik nii nende vaimsele kui ka füüsilisele heaolule. (Exceed Spa Guest... 2013)

Erinevate klientide hinnangut spaateenustest ja terviklikust spaakülastusest mõjutavad mitmed tegurid, nagu ettevõtte atmosfäär ja füüsiline väljanägemine, teenindajate professionaalsus ning kindlasti ka hind (Kelleher 2004: 23). Päevaspaa külastajate jaoks on oluline ka külalislahke ja hea teenindus ning hästi disainitud koht. Kuna enamus päevaspaaasid asub linnas, kus on puudus looduslikest ressurssidest, nagu looduskaunis vaade või vaba ruum spaa laiendamiseks, tuleb rõhuda rohkem uuenduslikule ja omapärasele spaadisainile. Hästi disainitud päevaspaa hõlmab endas mitmesuguseid tegureid, nagu toataimede ja vee elementide olemasolu, hea valgustus, kaunid hooldusterruumid ning mugav ja meeldiv ootesaal. (Wang 2005: 144)

Kogu üldine spaa-atmosfäär peaks olema meeldiv ja tasakaalus ning ei tohiks kliendis tekitada tüdimust või ebamugavust. Ruumid peaksid olema kujundatud võimalikult paindlikult, et aega-ajalt uuendusi ja muudatusi teha, säilitades samal ajal kõrgekvaliteedilise ilme. Kuna suur osa päevaspaa külastajatest on korduvkliendid, muudavad külastuskogemuse unikaalseks ka multifunktsionaalsed ja hästi organiseeritud teenused. Näiteks massaažid, mis keskenduvad stressi vähendamisele, näohooldused, mis pakuvad puhastatud ja noorusliku naha tulemust ja *vichy* dušid koos naha koorimisega. (*Ibid.*: 144–145) Lisaks üksikutele spaateenustele mängib olulist rolli tervikliku külastuskogemuse juures kogu spaapersonal, kelle teenindusest sõltub suuresti klientide rahulolu ja korduvkülastused. Erinevate spaakülastust suurendavate stiimulite loomisel tuleb päevaspaa juhtidel lähtuda ennekõike erinevate sihtgruppide huvidest. (Smith, Puczko 2009: 198)

Valdava osa päevaspaa külastajatest moodustavad naised, mis tuleneb asjaolust, et naised on alati olnud rohkem huvitatud oma välimusest kui mehed ning külastavad tihedamini spaasid ja ilusalonge. Naiste põhiliseks spaakülastuse motiiviks on põgeneda rutiinsest elust ja lõõgastuda. Peamiselt kasutavad nad iluteenuseid, lõõgastavaid massaaže, teraapiaid ning osalevad ka joogatundides ja teistes vaimsetes tegevustes. (*Ibid.*: 134–143) Naissoost kliendid hindavad kõrgelt pikaajalisi suhteid ettevõttega ning tahavad, et neid kuulatakse ja vastatakse nende küsimustele. Usaldust võib pidada üheks peamiseks teguriks ettevõtte ja naisklientide vahel positiivsete suhete loomisel. Samuti on naisklientide jaoks oluline detailne informatsioon ettevõtte poolt pakutavatest

teenustest. Üldjuhul on naiskliendid nõus ka rohkem spaateenuste peale kulutama. (D'Angelo 2006: 303–304)

Vaatama naiskliendide suurele arvule on viimaste aastatega märgatavalt kasvanud meessoost klientuuri osatähtsus. Rahvusvahelise SPA Liidu kohaselt on ligi 31% spaakülastajatest mehed (Barrows, Powers 2008: 281). Mitmetes spaades on teenuste valikusse lisandunud spetsiaalsed hoolitsused meestele, millest populaarsemateks on spordimassaažid ja näohooldused (Kelleher 2004: 89). Teisteks peamisteks kasutavateks spaateenusteks on mitmesugused saunad ja treeningud (Smith, Puczko 2009: 135).

Tähelepanu pööratakse ka meestele sobiliku ja mugava atmosfääri loomisele ning spaaterapeutide koolitamisele meeste psühholoogia vallas. Meeskliendide köitmiseks kasutatakse lisaks mitmete lisavõimaluste pakkumist, nagu golf, lõunasöök, sooduskampaaniad jm. (Kelleher 2004: 15, 89) D'Angelo (2006: 305) toob välja, et meeskliendid hindavad eelkõige lihtsust, efektiivsust, diskreetsust ja privaatsust. Mehed eelistavad tooteid ja teenuseid, mis on kergesti kättesaadavad. Samuti austavad nad autoriteedi arvamust, olles lojaalsed kaubamärgile. Tihtipeale ei mõjuta nende valikut toote või teenuse hind.

Lisaks on viimastel aastatel kiiresti tõusnud ka teismeliste ja laste osakaal spaateenuste kasutajate seas. Kuna märgatav hulk inimesi väärtustab tänapäeval perega reisimist ja ajaveetmist, siis on üheks uudseks suunaks, mida mitmed spaad pakuvad, teismelistele ja lastele suunatud paketid ning teenused. Näiteks pakuvad osad spaa-asutused tüdrukutele vanuses 4–16 eluaastat nii öelda „mini spaa päeva“, mis võib sisaldada erinevaid teenuseid, nagu näohooldus, massaaž, pediküür, maniküür ja jooga. (Kelleher 2004: 72)

Paljud nooremaelised inimesed ja teismelised püüdleval spaateenuste poole nii koolistressi vähendamise kui ka välimuse eest hoolitsemise eesmärgil (*Ibid.*: 72). Antud sihtrühma puhul tuleb arvestada erinevate ealiste iseärasustega, nagu nahaprobleemid, kerge haavatavus ja soov iseseisvaks jääda. Nad naudivad mitme asjaga samal ajal tegelemist, vajavad rohkem nõu ja juhendamist ning on tugevalt mõjutatud viimase aja trendidest. Teismelised on valdavalt limiteeritud sissetulekuga. (D'Angelo 2006: 307–308) Samuti kulutavad kuni 25-aastaste vanusegruppi kuuluvad inimesed vähem raha

spaateenuste peale (DSA Releases 2010... 2013). Noorema sihtgrupi vajadustest lähtuvalt pakutakse päevaspaades teenuseid, mis on suunatud näiteks spordist tingitud valude leevendamisele ja probleemse näonaha ravimisele. Lisaks võivad spaateenuste valikusse kuuluda erinevad õpped ja konsultatsioonid, näiteks näonaha-, küünte- ja juuksehoolduse ning tervisliku toitumise vallas. Mõned spaad pakuvad õpilastele soodushinnaga teenuseid ja pakette ning spetsiaalseid nooremale nahale suunatud hooldustooteid. (Kelleher 2004: 72)

Smith ja Puczko (2009: 134) toovad välja, et Kesk- ja Ida-Euroopa traditsioonilistes spaades on põhiliseks sihtgrupiks kindlate haiguste ja kaebustega eakamad inimesed, kelle eelistatud protseduurideks on massaažid, vannid ja saunad. Päevaspaades on 60-aastaste ja vanemate klientide külastatavus seevastu hetkel vähene, kuna teadlikkus päevaspaa eripärade, teenuste ja toodete kohta on nende seas veel puudulik. Sellegipoolest on täheldatud ka eakamate inimeste muutumist üha olulisemaks päevaspaa sihtgrupiks, kes lähitulevikus hakkavad järjest enam kasutama ühepäevaste spaateenuste võimalust. (DSA Releases 2010... 2013)

Kuigi päevaspaasid võib olla väga erinevaid, on neil kõigil enam-vähem ühine missioon: pakkuda kliendile lühiajalist lõõgastust ja enese eest hoolitsemist. Sõltuvalt päevaspaa olemusest ja pakutavatest teenustest kujuneb igal spaaettevõttel välja oma klientuur, kelle ootustest, vajadustest ja soovidest lähtuvalt peab spaaajuht oskama oma teenuste valikut suunata. Sellist sihtrühmade iseärasustega arvestamist võib pidada oluliseks eelduseks uute spaateenuste arendamisel.



## **2. PÄEVASPAA TEENUSTE ARENDAMISE UURING DORPAT SPA-S**

### **2.1. Ülevaade Eesti päevaspaades pakutavatest teenustest**

Eesti päevaspaade turg on senini veel arengujärgus ning kuna praegu puuduvad selged seaduslikul tasandil määratud järgunõuded, võib päevaspaaks end nimetada sisuliselt iga ilusalong. Töö autor toob välja Puhka Eestis kodulehel esitatud päevaspaad, milleks on järgnevad: Reval Day Spa, Harmoonikum, Babor SPA, AESTHETIC Health and Spa, Sakura Päevaspaa ja Hea Tunde Tuba (Spaad. Puhka Eestis 2013). Järgnevalt analüüsib diplomand lühidalt kõiki eelnimetatud ettevõtteid nende kodulehtedel välja toodud teenuste valiku poolest (vt lisa 1). Tegemist on toetava uuringuga, mille käigus uuritakse teiste päevaspaade pakkumisi, selgitamaks välja päevaspaade turu hetkeolukorda ja võimalikke trende.

Tallinna keskaegses vanalinnas asuv Reval Day Spa pakub mitmekesisel valikus naha- ja kehahoolduseid, mis on kombineeritud vanaaegsete traditsioonide ning kaasaegse teaduse ja kõrgkvaliteediliste toodetega. Teenuste valikus on nii näohooldused, kehahooldused, massaažid, depilatsioonid, maniküür ja pediküür, ripsmete püsipikendused, naha-analüüsid kui ka jumestus. Lisaks pakub Reval Day Spa eriprotseduure meestele, milleks on värskendavad näohooldused ning spetsiaalne kehahooldus „MR Body“. Ka on nimetatud spaaprotseduure kombineeritud erisugusteks pakettideks, nagu „Ema ja tütre pakett“, „Lapseootel emale“, „Romantika kahele“ jm. (Reval Day Spa 2013)

Harmoonikumi mõisaproua kümblustuba on omanäoline ökospaa Viimsis, mille pakutavates protseduurides kasutatakse kohapeal valmistatud ja sünteetilisest

lisaainetest vabasid looduslikke tooteid. Kosmeetikumides kasutatakse näiteks ravimtaimi, ürte, mett, piima, teravilju, aroomiõlisisid, marju ning puu- ja köögivilju. Pakutavate teenuste hulka kuuluvad massaažid, näohoolitsused, käte- ja jalgadehooldused, depilatsioonid, ripsmete ja kulmude hooldused ning spaakehahooldused. Massaažide valikus on 14 erinevat massaaži, lähtudes eri sihtgruppide vajadustest. Näiteks on eraldi massaaž ka rasedatele. Spaateenuste kõrval pakub Harmoonikum ka interaktiivset võimalust koos oma kaaslastega võtta osa kosmeetikavahendite valmistamisest ning saada tunda nende mõju omal nahal. (Harmoonikum koduleht 2013)

Babor SPA teenuste valikus on esindatud näo-, keha-, vanni- ning käte- ja jalgadehooldused. Kehahoolduste seas pakutakse eraldi protseduuridena keha koorimisi, mähiseid, massaaže, spaakehahooldusi, *ayurveda* ja *khanya* hooldusi, refleksoloogiat ja kullahooldusi. Ilulisadena on välja toodud jumestus, depilatsioonid ning ripsmete ja kulmude hooldused. Peale selle on ettevõttes olemas privaatne saun ja soolakamber. Lisateenusena pakub Babor SPA ka sünnipäevade ja koosviibimiste korraldamist, mis sisaldab kolme tundi spaa kasutamist, teed või vett ja viinamarju, aurusauna ja mullivanni kasutamist ning soolakambrit. Eelnevale lisaks on Babor SPA-s eri teenustest ja kergest einest koosnevad paketid, nagu näiteks „Aafrika hõng“, „Heaolupakett mehele“, „Päev sõbrannaga“ jt. (Babor SPA koduleht 2013)

AESTHETIC Health and Spa on ilule ja esteetikale keskendunud päevaspaa-salong, kus pakutakse mitmekesisel valikus näo- ja kehahooldusi, küünte hooldust, kunstripsmete paigaldamist, jumestust, juuksuriteenuseid ja ilu injektsioone. Lisaks on teenuste valikus aparaat-kosmetoloogia protseduurid, nagu näo noorendamine, teemantlihvimine, figuuri korrektsioon, fotonoorendamine, vaakum-massaaž jt. Peale nimetatud teenuste toimuvad AESTHETIC Health and Spa õppekeskuses erinevad kursused ja meisterklassid (jumestus, ripsmete pikendused, massaaž, depilatsioon, maniküür) nii algajaile kui ka professionaalidele. (AESTHETIC Health and... 2013)

Paides asuva Sakura Päevaspaa pakutavateks teenusteks on näohooldused, juuksuriteenused, massaažid, kinesioteipimine, refleksoloogia, reiki, toitumisnõustamine ning maniküür ja pediküür. Iluteenustest on valikus lisaks ka depilatsioonid, ripsmete ja kulmude hooldused, jumestus ja kehamaalingud ning kõrvarõngaaukude

tegemine. Üksikteenuste kõrval on võimalik valida ka mitmesuguste pakettide vahel, nagu näiteks „Roosiõie poolpäev“, „Sakura poolpäev“, „Uus energia Sakurast“. (Sakura Päevaspaa koduleht 2013)

Päevaspaadest viimane, Hea Tunde Tuba, on pisem päevaspaa Rakvere linnas. Ettevõtte teenuste valikus on massaažid, kehahooldused, teraapiad ja *feng shui* koolitus. Pakutavateks massaažideks ja kehahoolitsusteks on klassikaline-, tai-, *shiatsu*-, laavakivi-, mee-, aroomi-, spordi- ja õlavöötmemassaaž ning jalatalla tsooniteraapia. Teraapiatest pakub Hea Tunde Tuba vabastavat hingamist, reikit ja kristalliteraapiat. Viimane nimetatud teraapiatest toimib nii füüsilisel, vaimsel, emotsionaalsel kui ka spirituaalsel tasandil, mõjudes positiivselt inimese heaolutundele ning tagades tasakaalu ja harmoonia inimeses endas. (Hea Tunde Tuba koduleht 2013)

Päevaspaade võrdluse käigus selgus, et kõige enam pakutavaks protseduuriks on massaaž, mis on olemas kõigi nimetatud päevaspaade teenuste valikus. Neist levinumateks on klassikaline-, tai-, aroomi-, mee-, pea- ja õlavöötmemassaaž. Teistest eristuvate hulgas võib välja tuua näiteks *Hawaii lomi lomi* massaaž, bambusekeppidega massaaž, India peamassaaž kookosõliga ja kiikuv Yanna massaaž. Teiseks enim pakutavaks teenuseks massaaži kõrval on näohooldus, mis puudub vaid ühe võrreldava päevaspaa teenuste hulgas. Siinkohal on mitme päevaspaa teenuste valikus märgata kaasaegsel tehnoloogial põhinevaid noorendavaid ja vananemisprotsessi aeglustavaid näohooldusi. Neist uudsemateks võib pidada aparaat-kosmetoloogia protseduure, nagu fotonorendamine, teemantlihvimine jt.

Populaarsete protseduuridena kajastuvad mitmete päevaspaade teenustes veel erinevad kehahooldused ja -koorimised, mille valik varieerub suuresti võrreldavate ettevõtete seas. Ka ei puudu enamikest päevaspaadest muud iluteenused, millest peamisteks on käte- ja jalgadehooldused, depilatsioonid ning kulmude ja ripsmete hooldused. Huvitava tähelepanekuna saab välja tuua mitme päevaspaa teenuste valikus sihtrühmadele orienteeritust. Näiteks pakutakse eriprotseduure meestele, lastele ja rasedatele ning valikus on esindatud ka eraldi pakettid noorpaaridele ja sõbrannadele.

## 2.2. Dorpat SPA üldiseloostus

Dorpat SPA on Tartu kesklinnas Emajõe ääres hotellis Dorpat asuv päevaspaa. Dorpat SPA asutati 2007. aastal ning ettevõtte pakub mitmekesises valikus erinevaid massaaže, keha- ja iluhoolduseid ning raviprotseduure. Viimaseid nimetatuid pakuvad taastusarstid, füsioterapeudid, logopeedid, eripedagoogid, psühholoogid ja sotsiaaltöötaja. Tervise taastamise ja lõõgastumise kõrvalt pakub Dorpat SPA ka iluhoolduseid, mida viivad läbi juuksurid, kosmeetikud, maniköörija ja pediköörija. Lisaks eelnimetatule on võimalik võtta erinevaid pakette, mis sisaldavad mitmesuguste teenuste kombinatsioone. (Dorpat SPA koduleht 2013)

Dorpat SPA pakutavate massaažide hulka kuulub 17 erineva toime ja tehnikaga massaaži, sh klassikaline-, hiina-, spordi-, aroomi-, lümfi-, mee-, ja sünkroonmassaaž ning massaažid aroomikreemide ja turgutava turbamaskiga. Massaažide valikus on esindatud ka idamaised massaažid, nagu *shindo*-, *shiatsu*- ja tai massaaž ning ka idamaine jalamassaaž ja refleksoteraapia. Lisaks on kogu keha, vaimu ja emotsioone ühendavateks massaažideks energeetiline massaaž ja reiki, mida teostatakse sarnaselt idamaistele massaažidele läbi riide. (*Ibid.* 2013)

Kehahooldustest on Dorpat SPA-s võimalik valida 16 erineva protseduuri vahel. Näiteks on ettevõttel kehahooldustest pakkuda punaveini-jogurti kehahooldus, valgeveini kehahooldus, kooriv massaaž aroomisooladega, oliiviõli hooldus basiiliku ja vetika mähisega, Bora-bora kehahooldus, Dorpat kokteil-massaaž ning laavakivi- ja šokolaadimassaaž. Üheks kõige luksuslikumaks kehahoolduseks võib pidada Dorpat SPA-s *shirodhara* hooldust, mis oma olemuselt kuulub *ayurveda* massaažide hulka ja on pärit Indiast. Hooldus on äärmiselt rahustava ja lõõgastava toimega, mis algab kogu keha massaažiga ning millele järgneb hoolduse spirituaalne osa sooja seesami õli tilkumisega kolmandale silmale. (*Ibid.* 2013)

Iluprotseduuridest pakub Dorpat SPA nii näohoolitsusi, käte- ja jalgade hooldusi, juuksehooldusi kui ka depilatsioone. Pakutavate näohoolduste hulka kuulub kokku üle 10 erineva hoolduse, sh näiteks täielik-, klassikaline- ja probleemse naha näohooldus ning näonaha koorimised ja mitmed näonaha erihooldused, nagu meeste erihooldus näole, „Maasika nauding“ näole, erihooldus „Kaaviar“ jne. Peale näohoolduste on

iluteenuse valikus veel ripsmete ja kulmude hooldused, ripsmepikenduste paigaldamine, kõrva- ja naborõngaaukude tegemine, jumestus ning püsimeik. (Dorpat SPA koduleht 2013)

Dorpat SPA teenuse valikus on lisaks ka tervise parendamisele suunatud protseduurid ja teraapiad, nagu näiteks eriarstide vastuvõttud, kaani-, laser- ja nõelravi, savisoojendus, turbaravi, soe parafiinihooldus kätele ja jalgadele ning soolakambri seanss. Ka on ettevõttes olemas vannid ja privaatne saun mitmete hoolduste läbiviimiseks. Vannihooldusteks on pärlivann erinevate ekstraktidega, veealune dušš-massaaž, energiat andev vann soolakristallidega ja luksuslik piimavahu vann. Saunahooldusi teostatakse nii mee, turba, fangomuda kui ka vürtsidega (*Ibid.* 2013).

Üksikute teenuste kõrval pakub Dorpat SPA ka duaalhoolduseid ja mitmesuguseid teenuste pakette, millest viimaste hulka kuuluvad nii päevased spaapaketid kui ka paketid koos ööbimisega hotellis Dorpat. Viimasteks on romantika- ja lõõgastuspakett. Ööbimiseta spaapakettideks on Dorpat SPA-s järgmised (*Ibid.* 2013):

- Dorpat SPA päevapakett – sisaldab lõõgastavat massaaživanni ürtidega, ühte 60-minutilist massaaži valikust, ühte 20-minutilist hooldust valikust, soolakambri seanssi ning hommikumantli ja susside kasutust.
- Klassikaline ravipakett – sisaldab taastusarsti vastuvõttu ja 10 protseduuri välja toodud valikust.
- Aeg maha – sisaldab luksuslikku piimavahu vanni ja sooja parafiini hooldust kätele.
- Romantika kahele – sisaldab romantilist saunahooldust kahele, lõõgastavat duaalmassaaži kahele, privaatset soolakambri seanssi ning hommikumantlite ja susside kasutust.
- *Delicatessen a-La Carte* spaa-meüü – sisaldab piimavahuvanni, punaveini-jogurti kehahooldust, maasika naudingut näole ning hommikumantli ja susside kasutust.

Dorpat SPA puhul on tegemist päevaseid hoolduseid pakkuva teenindusasutusega, mille teenuste ja toodete valik on küllaltki mitmekesine ja stabiilne. Sellele vaatamata, tuginedes teoreetikute D'Angelo (2006: 28) ja Ellis (2008: 67) arvamustele, on konkurentsieelise tagamiseks ja klientide poolt saadava kasuteguri ja rahulolu suurendamiseks oluline mõista käesoleva hetke trende ja tulevikusuundumusi, mis

võivad ettevõtte, sh ka Dorpat SPA, edu kui ka teenuste pakkumist mõjutada. Seoses muutuvate spaateenuste trendide ja klientide vajadustega tuleb tarbijale anda pidevalt midagi uut, kasulikumat ning konkurentidest eristuvat, mis loob ka lisaväärtust.

### **2.3. Uuringu eesmärk, meetod ja protsess**

Läbiviidava uuringu eesmärk on teada saada, millised on erinevate päevaspaa teenuste kasutajate eelistused ja soovitud teenuste valik Dorpat SPA-s. Küsitluse abil saab välja selgitada, milline on klientide rahulolu ettevõtte teenustega ning milline on nõudlus uute spaateenuste arendamiseks. Küsitlusest saadud tulemuste põhjal on võimalik teha teenusearendusettepanekuid uuritavale ettevõttele.

Diplomand valis uurimismeetodiks kvantitatiivse uuringu, kasutades ankeetküsitlust (vt lisa 2). Uurimismeetodi valiku põhjendustena toob autor välja hea võimaluse paljude andmete kogumiseks ning suhteliselt lihtsa andmete analüüsimise, kokkuvõtete, järelduste ja ettepanekute tegemise. Ankeetküsitluste abil saab haarata palju inimesi ja uurida võimalikult paljude Dorpat SPA klientide arvamusi ja hinnanguid spaateenuste valiku ja arendamise kohta. Kuna koostatud küsimustik oli anonüümne, siis vähendas see ka küsimustele vastamata jätmise riski.

Ankeetküsimustik sisaldas 16 küsimust, milles oli kasutatud nominaalskaalat, ordinaalskaalat, jah-ei skaalat ja Likerti skaalat. Tegemist oli poolstruktureeritud küsimustikuga, koosnedes nii avatud kui ka kinniste vastustega küsimustest. Küsitluses oli kajastatud vastaja isikuandmed (sugu, sünniaasta, sissetulek), üldandmed Eesti päevaspaade külastuste, spaateenuste olulisuse ja nende valimise kohta ning spetsiifilisemad küsimused Dorpat SPA kohta, sh näiteks rahuolu teenuste valiku, kvaliteedi, hinnaklassi ja spaakeskkonna teguritega ning eelistused uute spaateenuste arendamiseks.

Ankeetküsitluse üldkogumiks ja ühtlasi ka valimiks otsustati valida ajaperioodil 5. märts kuni 24. märts 100 Dorpat SPA-d külastanud klienti. Uuringu viis üliõpilane läbi Dorpat SPA-s koha peal, kasutades võimalikult täpse informatsiooni saamiseks isiklikku küsitlemist ehk vahetut kontakti uuritavaga. Enne põhiuuringut viis autor läbi pilootuuringu (25.–28. veebruar 2013), mille põhjal oli võimalik hinnata küsimustiku

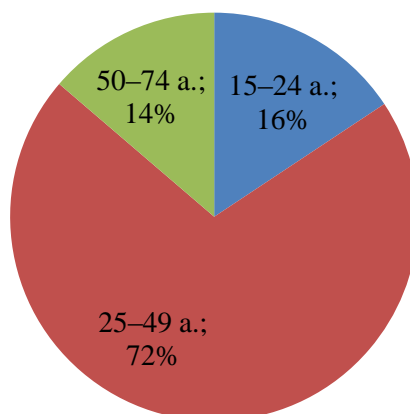
efektiivsust ja arusaadavust ning sai avastatud nõrkuste ja probleemide korral teha küsimustikus muudatusi.

Uuringust saadud andmete süstematiseerimiseks ja analüüsimiseks kasutas autor statistilist andmete analüüsi. Tagastatud ankeetküsitluse andmed sisestati *Microsoft Excel* andmetöötlusprogrammi, mille abil koostati erinevaid sektordiagramme ja joonised, mis on illustreerivaks materjaliks uurimisandmete analüüsis. Avatud vastused koondas autor samuti *Microsoft Excel*-i ning analüüsis suurima osakaaluga arvamusi.

## **2.4. Kliendiuuringu tulemuste analüüs**

Käesolevas alapeatükis annab autor ülevaate küsitluse tulemustest ja teostab analüüsi. Kokku vastas küsimustikule 100 Dorpat SPA-d külastanud klienti, kes moodustasid uuringu valimi. Ankeedi täitnutest 84% olid nais- ja 16% meessoost isikut. Kuna naiste osakaal oli niivõrd suur, põhinevad uuringu tulemused pigem naiste arvamustel. Isikuandmetest oli küsimustikus lisaks soolisele jaotusele kajastatud ka inimese vanus ja kuine sissetulek, mille tulemused on järgnevalt lahti kirjutatud.

Ankeedis ei olnud määratletud kindlaid vanusegruppe, vaid iga klient sai ise märkida oma täpse vanuse. Analüüsi teostamiseks on diplomand jaganud küsitluses osalenute vanused rühmadesse, tuginedes Eesti Statistikaameti poolt esitatud rahvastiku uuringule (Rahvastik vanuserühma järgi... 2013). Tulenevalt kliendiuuringu tulemustest, mille puhul selgus, et noorim vastaja oli 19-aastane ja vanim 70-aastane, kitsendas autor veidikene vanuserühmade hulka, lähtudes tööealisest rahvastikust, kelleks on 15 kuni 74-aastased (Sõnastik. Eesti Statistikaamet 2013). Diplomand moodustas kolm vanuserühma, mis on järgnevad: noored tööealised 15 kuni 24-aastased, parimas tööeas 25 kuni 49-aastased ning vanemas tööeas 50 kuni 74-aastased. Klientide vanuseline jaotus protsentuaalselt on välja toodud alloleval joonisel (vt joonis 1). Valdav osa vastajatest olid 25 kuni 49-aastased (72%). Neile järgnesid 15 kuni 24-aastased (16%) ning kõige vähem vastajaid oli vanuses 50 kuni 74 eluaastat (14%).



**Joonis 1.** Vastajate vanuseline jaotus protsentuaalselt (autori koostatud).

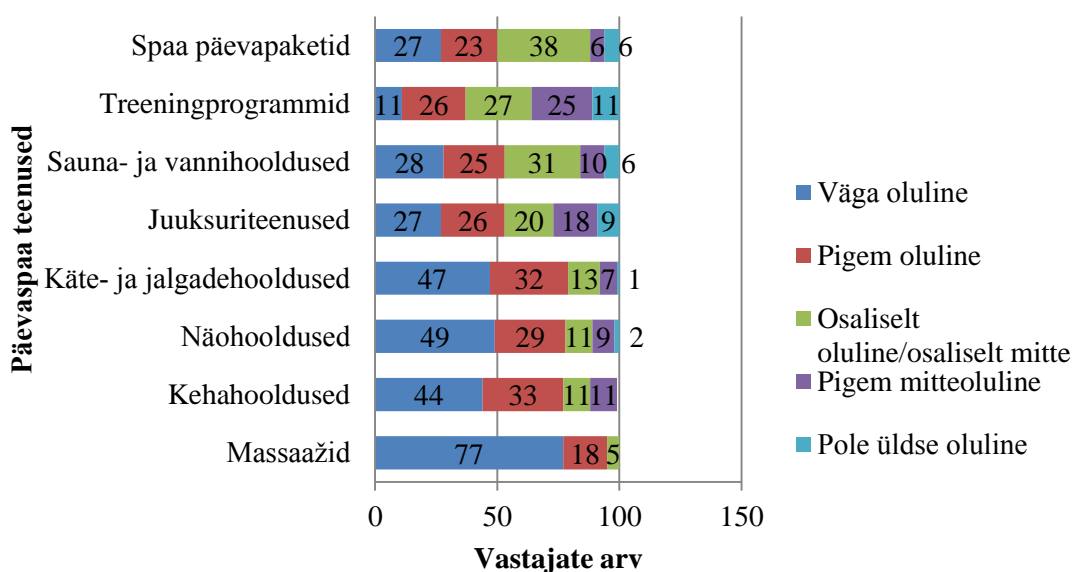
Sissetuleku järgi oli kõige rohkem vastajaid üle 900€ sissetulekuga kuus (35% vastajatest). Nende seas 30% olid vanuses 25–49 ja 5% vanuses 50–74 eluaastat. Sellest järeldub, et valdav kliendigrupp on tugevalt üle keskmise sissetulekuga inimesed, kellel on suuremad võimalused spaateenuseid kasutada. Järgnesid 300 kuni 600€ ning 600 kuni 900€ sissetulekuga kliendid, kus mõlema puhul oli vastanute osakaal 25%. 13% vastaja sissetulek kuus ulatus kuni 300€ ning 2% küsitluses osalenutest jättis küsimusele vastamata. Uuringu tulemustest lähtuvalt olid kuni 300€ sissetulekuga valdavalt 15 kuni 24-aastased (vastajatest 9%), kes ka teooriale tuginedes on enamjaolt limiteeritud sissetulekuga ja kulutavad vähem raha spaateenuste peale (D’Angelo 2006: 308; DSA Releases 2010... 2013).

Küsimustiku üldandmete osas olid esitatud küsimused teiste päevaspaade külastuste, kasutatud spaateenuste ning hinnangud erinevate päevaspaa teenuste olulisuse ja spaateenuste valimise kohta. Küsitlusest tuli välja, et enamik vastanutest (79% vastajatest) pole teisi Eesti päevaspaasid külastanud. Vastajatest 21% märkisid, et on teisi päevaspaasid külastanud, kuid 8% neist panid külastatud spaadeks kirja päevaspaade kategooriasse mittekuuluvad spaahotellid, nagu näiteks Pühajärve SPA ja Puhkekeskus, Strand SPA ja Konverentsihotell, Grand Rose SPA jt. Antud juhul puudub tunnuste omavaheline kooskõla, mis puhul võib antud 8% vastajatest lugeda päevaspaasid mitte külastanud vastajate hulka.



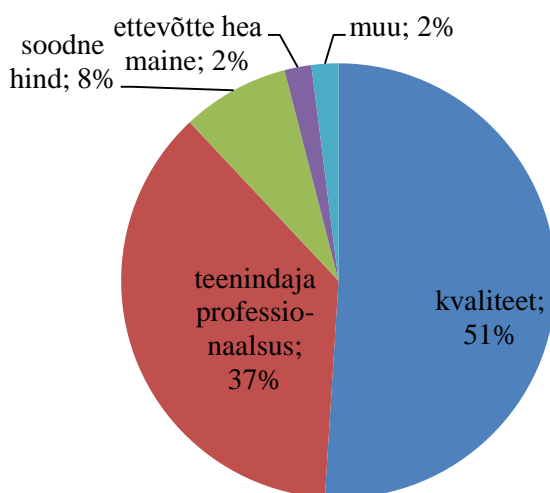
21%-st vastajatest 13% oli teisi Eesti päevaspaasid külastanud. Valdavalt olid nendeks 25 kuni 49-aastased naised, kelle sissetulek oli vähemalt üle 300€. Üks neist oli külastanud kõiki ankeedis nimetatud päevaspaasid, sh Babor SPA-d, Reval Day Spa-d, Harmoonikumi, AESTHETIC Health and Spa-d, Sakura Päevaspaad ja Hea Tunde Tuba. Lisaks oli neist neli külastanud Babor SPA-d, üks Reval Day Spa-d ning üks Harmoonikumi. „Muu“ vastuse variandi valisid kaheksa inimest, kellest kolm tõid välja eraldi City SPA, Meriton Grand Hotel SPA ja Tamula hotelli. Põhilisteks kasutatud päevaspaa teenusteks nimetati massaažid (8 vastajat), käte- ja jalgade hooldused (7 vastajat), näohooldused (6 vastajat) ning üksikud mainisid ära ka juuksuriteenused, depilatsioonid, jumestuse, saunad ja vesimassaaživoodi.

Järgnevalt oli ankeedis välja toodud tabel, kus vastaja sai hinnata erinevate päevaspaa teenuste olulisust. Joonis 2 põhjal saab järeldada, et üle poolte vastajatest hindasid väga oluliseks teenuseks päevaspaa massaaži (77% vastanutest) ning sellele järgnesid näohooldused (49%), käte- ja jalgadehooldused (47%), kehahooldused (44%), sauna- ja vannihooldused (28%), juuksuriteenused ja spaa päevapaketid (27%). 11% vastajatest pidasid väga oluliseks teenuseks ka treeningprogramme, kuid seevastu hindas sama hulk vastajaid antud teenust ka kõige vähem olulisemaks. Mitte ükski vastajatest ei märkinud, et massaažid ega kehahooldused oleksid nende jaoks üldse mitte olulised päevaspaa teenused.



**Joonis 2.** Päevaspaa teenuste olulisus vastajate seas (autori koostatud).

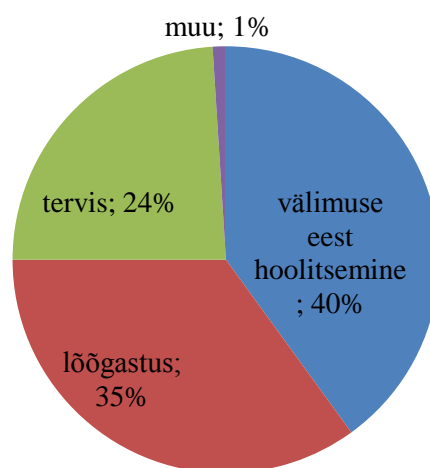
Üldandmete viimaseks küsimuseks oli, mida peavad kliendid spaateenuste valimisel kõige olulisemaks teguriks. Jooniselt 3 on näha, et suurem osa vastanutest (51% vastajatest) pidasid spaateenuste valimisel kõige olulisemaks kvaliteeti. Sellele järgnes teenindaja professionaalsus (37%) ning vähema osatähtsusega teguriteks olid soodne hind 8%-ga ning ettevõtte hea maine 2%-ga. 2% vastajatest valisid ka vastuse variandi „muu“, milles toodi välja kättesaadavus ja mugavus ning professionaalne teenindus koos soodsa hinnaga. Tulemused näitasid, et spaateenuste odav hind oli määravaks eelkõige naiste jaoks, kes olid vanuses 15–24 ja üle 50 eluaasta.



**Joonis 3.** Spaateenuste valimist mõjutavate tegurite olulisus vastajate seas (autori koostatud).

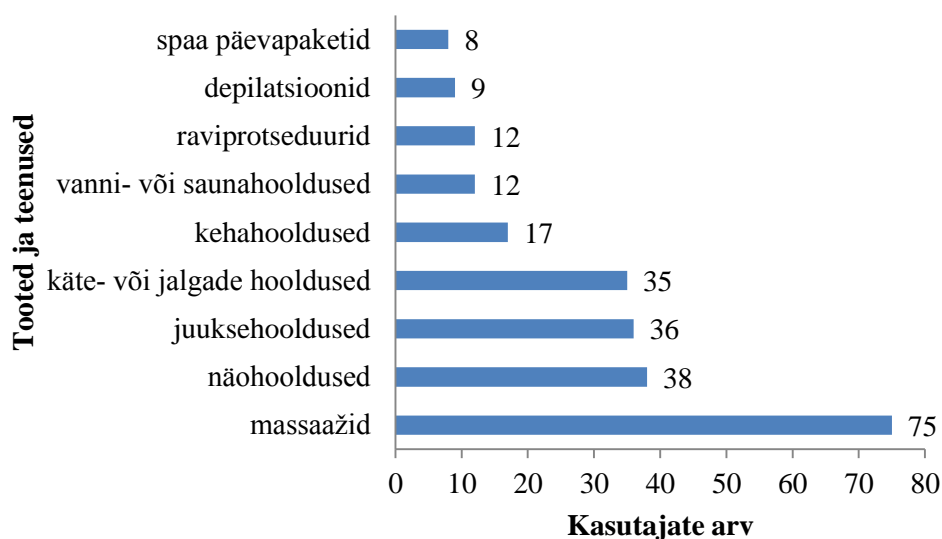
Ettevõtte infot puudutavatest küsimustest oli esimeseks Dorpat SPA külastamise sagedus. 35% vastajatest külastasid uuritavat ettevõtet 1–2 korda kuus, 32% vastajatest 3–6 korda aastas ning 28% harvemini kui kuus korda aastas. Iganädalast Dorpat SPA külastust võimaldasid endale vastanutest kokku üksnes 5% vastajatest. Nende sekka kuulusid naissoost isikud, kes jäid vanusegruppi 25–49 eluaastat ning kellest kahe sissetulek oli üle 900€, kahe 300–600€ ja ühe 600–900€ kuus. Küsitlusest selgus, et kuni 300€ sissetulekuga inimesest 7% külastas uuritavat ettevõtet harvemini kui kuus korda aastas, 4% 3–6 korda ning vaid 2% neist 1–2 korda kuus.

Järgmiseks oli küsimus, mis põhjustel on küsitletu uuritavat ettevõtet külastanud. Jooniselt 4 on näha, et levinumateks ettevõtte külastamise põhjusteks olid välimuse eest hoolitsemine (40%) ja lõõgastus (35%). 35 inimest (24% vastajatest) pidasid peamiseks külastuse põhjuseks tervist. Paar inimest (1%) küsitletutest valisid vastuse variandi „muu“, lisades, et külastuse põhjuseks on olnud kinkekaart ning meeldiv ja professionaalne teenindaja. Meeste seas oli peamiseks külastuseesmärgiks tervis (8%) ning lõõgastus (8%). Naiste puhul oli peamiseks põhjuseks seevastu peamiselt välimuse eest hoolitsemine (55% vastajatest). Samuti selgus, et vanuselise jaotuse järgi külastavad kõrgemas eas inimesed ettevõtet peamiselt tervise parendamise eesmärgil (50–74-aastastest 7%). Kõige noorema tööealise vanusegrupi seas oli põhiliseks (11% vastajatest) külastuse põhjuseks lõõgastus.



**Joonis 4.** Dorpat SPA külastamise põhjused vastajate seas (autori koostatud).

Küsitluse põhjal selgus, et nii naiste kui ka meeste seas oli kõige enam proovitud teenusteks massaažid (11 mees- ja 64 naissoost isikut). Järgmisteks kõige populaarsemateks teenusteks olid näohooldused (38% vastajatest), kellest 37 vastajat olid naised ning vaid üks mees. Nendele järgnesid käte- ja jalgadehooldused (35%), juuksehooldused (36%), kehahooldused (17%) ja vann- või saunahooldused (12%), raviprotseduurid (12%). Kõige vähem kasutatud teenusteks olid depilatsioonid (9%) ja spaa päevapaketid (8%). Küsimuse illustreerimiseks koostas autor joonise 5.

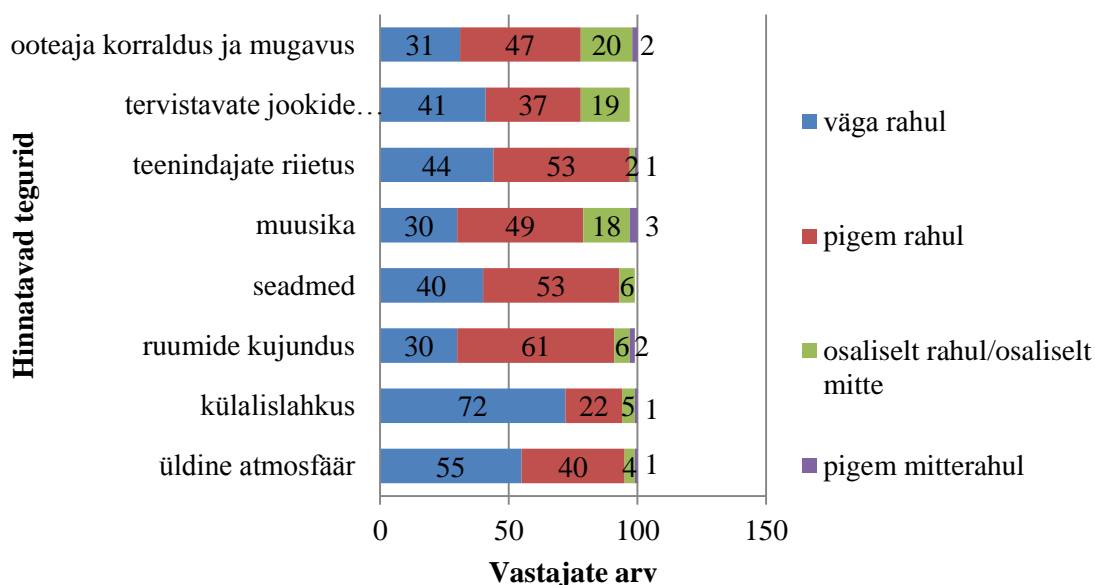


**Joonis 5.** Vastajate poolt kasutatud spaateenused Dorpat SPA-s (autori koostatud).

Küsimusele, kuidas ollakse rahul ettevõtte teenuste kvaliteediga, vastas üle poolte (52% vastajatest) väga rahul ning 46% pigem rahul. Ülejäänud 2% moodustasid naissoost vastajad, kes olid teenuste kvaliteediga osaliselt rahul ja osaliselt mitte. Teine küsimus seoses klientide rahuloluga puudutas teenuste valikut, mille hindas samuti üle poolte vastanutest (53% vastajatest) väga heaks. Pigem rahul oli 42% vastajatest ning osaliselt rahul või mitterahul oli 4%, kelle seas oli kolm naist ja kaks mees. 1% vastanute seast jättis küsimusele vastamata. Mitte ükski vastaja ei valinud kummagi küsimuse puhul vastuse varianti „mitte rahul“ või „pigem mitte rahul“.

Hinnataseme küsimuse kohta arvas 44% vastajatest, et Dorpat SPA teenuste hinnad on kõrged. Nendest 10% olid alla 300€ sissetulekuga kuni 24-aastased inimesed. 52% vastajatest leidsid, et hinnad on taskukohased. Soodsaks pidasid hindu vaid 2% vastajatest, kelle sissetulek oli ka vastavalt üle 900€ kuus. Küsimusele ei andnud vastust 2% vastajatest.

Üheteistkümnendas küsimuses paluti kliendil anda hinnang kaheksale spaakeskonna tegurile (vt joonis 6). Hinnatavateks teguriteks olid järgnevad: üldine atmosfäär, külalislahkus, ruumide kujundus, seadmed, muusika, teenindajate riietus, tervistavate jookide pakkumine ning ooteaja korraldus ja mugavus. Iga väite järel oli võimalik klientidel tuua välja omapoolsed ettepanekud ja soovitusel.



**Joonis 6.** Vastajate rahuolu erinevate teguritega Dorpat SPA-s (autori koostatud).

Esimene väide hõlmas üldist atmosfääri, millega 55% vastajatest olid väga rahul ning 40% pigem rahul. 4% inimestest vastasid küsimusele vastusega „osaliselt rahul ja osaliselt mitte“ ning 1% vastas „pigem mitterahul“. Mitte ükski vastaja ei valinud vastuse varianti „mitte rahul“. Ettepanekute lahtrisse esitasid viis vastajat omapoolsed kommentaarid. Kõigi poolt oli enamjaolt ühtseks soovitusel muuta ettevõtte fuajee privaatsemaks ja hubasemaks, võttes rohkem arvesse ka neid inimesi, kes tulevad spaasse päevapaketti nautima.

Teisena paluti vastata, kuidas ollakse rahul külalislahkusega. Suurem osa vastajatest (72%) olid hinnatava teguriga väga rahul ning 22% vastajatest olid pigem rahul. Ülejäänud 5% vastanutest hindasid külalislahkust keskmiselt, valides vastuse variandi „osaliselt rahul ja osaliselt mitte“ ning 1% vastajatest märkis vastuseks „pigem mitterahul“. Mitte keegi ei valinud vastuse varianti „mitte rahul“. Ettepanekute lahtris tõid kaks vastajat välja, et vastuvõtu töötajate teenindus võiks olla kohati viisakam.

Lisaks paluti klientidel anda hinnang ka ruumide kujundusele. Selgus, et enamus olid, kas pigem rahul või väga rahul, vastavalt 61% ja 30% vastajatest. Osaliselt rahul ja osaliselt mitte olid 6% vastajatest, pigem mitterahul 3% vastajatest. Paar vastajat lisas ettepanekute osas, et tuleks muuta ruumide kujundust hubasemaks ja omanäolisemaks, lisades näiteks rohkem toataimi ja *feng shui* elemente.

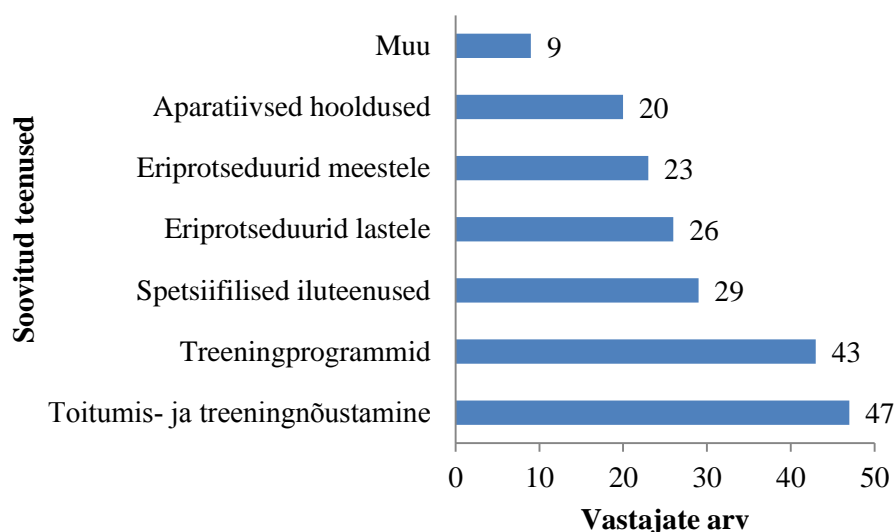
Neljandas väites uuriti, milline on klientide rahulolu ettevõtte seadmetega, nagu massaažilaud, juuksuri tool jne. Selgus, et suurem osa ankeedi täitnutest oli pigem rahul (53% vastajatest) ja väga rahul (40% vastajatest). 6% vastajatest olid antud teguriga keskmiselt rahul ning 1% jättis vastamata küsimusele. Mitte keegi ei vastanud küsimusele vastusega: mitte rahul või pigem mitterahul. Klientidepoolset ettepanekuid antud teguri suhtes puuduvad.

Viiendaks hinnatavaks teguriks oli muusika, millega enamus vastajatest olid pigem rahul (49%) ning väga rahul (30%). Osaliselt rahul ja osaliselt mitterahul oli 18% ja pigem mitterahul 3% vastajatest. Ei leidunud vastajaid, kes oleksid olnud üldse mitte rahul ettevõtte muusikaga. Küll aga kuus vastajat esitasid omapoolse ettepanekuna vahetada või mitmekesistada muusika valikut, rõhutades asjaolule, et liiga kauaks on jäänud sama ning eelistustena toodi välja näiteks sõnadeta muusika.

Järgmine väide käis teenindajate riietuse kohta, millega valdav osa oli väga rahul (44%) ja pigem rahul (53%). Vastajate hulgas oli ka 2% vastajatest, kes oli antud teguriga osaliselt rahul ja osaliselt mitte ning 1% vastajatest, kes oli pigem mitterahul. Ei olnud vastajat, kes oleks üldse mitte rahul olnud. Ettepanekutena oli esitanud üks vastaja, et teenindajate riietus võiks olla looduslikust materjalist.

Seitsmendas väites küsiti, kuidas on kliendid rahul tervistavate jookide pakkumisega. Valdav osa vastajatest oli kas väga rahul (41% vastajatest) või pigem rahul (37% vastajatest). Osaliselt rahul ja osaliselt mitte rahul klientide osakaal oli 19% ning 3% klientidest ei osanud anda hinnangut, lisades ettepanekute reale kommentaarina, et kas pole pakutud või pole kasutanud. Ettepanekutes tõi üks vastaja välja ka, et tervistavate jookide valikut võiks mitmekesistada, kuna nende sekka ei kuulu kohv. Peale selle leidis veel teine vastaja, et jookide kõrval võiks näiteks paketisiseselt ja hoolduste vahepeal pakkuda võimalusel ka kergeid suupisteid.

Ankeedis esitatud tabelis oli viimase tegurina välja toodud ooteaja korraldus ja mugavus. Nimetatud teguriga väga rahul olid 31% vastajatest ning pigem rahul 47% vastajatest. Osaliselt rahul ja osaliselt mitterahul oli aga 20% vastajatest ning pigem mitterahul 2% vastajatest. Ettepanekutes toodi sarnaselt esimesele väitele välja, et teenustevaheline ootamine võiks toimuda privaatsemas kohas.



**Joonis 7.** Vastajate poolt eelistatud lisateenused Dorpat SPA-s (autori koostatud).

Küsimusele, kas uute spaateenuste arendamine Dorpat SPA-s loob ettevõttele lisaväärtust vastasid peaaegu kõik vastajad (91% vastajatest) jaatavalt ning üksnes 9% väitis vastupidist. Jooniselt 7 on näha, et kõige enam soovitud spaateenusteks kujunesid toitumis- ja treeningnõustamine (47% kogu vastajatest) ning treeningprogrammid (43% vastajatest). Väiksema osakaaluga olid spetsiifilised iluteenused (29% vastajatest), eriprotseduurid lastele (26% vastajatest), eriprotseduurid meestele (23% vastajatest) ja aparatiivsed hooldused (20% vastajatest). 2% küsitluteest olid antud küsimusele jätanud vastamata ning 9% valis vastuse variandi „muu“. Täiendavate ideedena teenuste valiku laiendamisel toodi välja fotoepilatsioon, vesimassaaživoodi, beebi- ja rasedate massaaž, India peamassaaž ning väiksemad basseinid.

Viimaseks ettevõtte infos kajastuvaks küsimuseks olid klientidepoolsed ettepanekud Dorpat SPA teenuste edaspidiseks arendamiseks ja külastajate rahulolu suurendamiseks. Tegemist oli avatud küsimusega, millele vastas kokku 26% vastajatest. 10% neist tõid ühtemoodi välja, et võiks olla rohkem püsiklientidele mõeldud nii toodete kui ka teenuste sooduskampaaniaid ja -pakkumisi. Neli vastajat leidsid, et tuleks rõhuda teeninduskvaliteedi ja töötajate professionaalsuse ühtlustamisele. Samuti mainiti mitmes ankeedis, et ootesaal võiks olla suurem ja privaatsem ning eraldi võiks olla ka lasteruim. Kaks vastajat leidsid ka, et ettevõtte koduleht võiks olla atraktiivsem ja informatiivsem, kust leiaks sobivat informatsiooni ka töötajate kohta.

Uuringu tulemuste analüüsist selgus väga mitmeid parendamist ja uuendamist vajavaid valdkondi, millega ettevõttel oma klientide rahulolu ja külastatavuse tõstmisel tuleks tegeleda. Tulenevalt erinevate sihtrühmade ootustest, vajadustest ja soovidest on võimalik muuta klientide külastuskogemust üha paremaks ja suurendada sealhulgas ka ettevõtte eristumisvõimet teiste päevaspaa teenuste pakujate seas. Tuginedes spaateenuste teoreetilisele osale, teiste Eesti päevaspaade hetkeolukorrale ja pakutavatele teenustele ning läbi viidud kliendiuuringule, saab autor teha ettepanekuid uute ja olemasolevate spaateenuste arendamiseks.



### 3. UURINGU JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD

Käesolevas peatükis teeb töö autor järeltõlkes osas välja toodud informatsiooni ja saadud uuringu tulemuste põhjal. Samuti esitatakse nendest lähtuvalt ettepanekuid päevaspaa teenuste arendamiseks Dorpat SPA-s. Autori poolt pakutakse välja mitmekülgseid lahendusi uute ja olemasolevate päevaspaa teenuste arendamiseks ning üldise spaakeskkonna hubasemaks muutmiseks, mis võimaldaks suurendada klientide rahulolu ja külastatavust.

Uuringu tulemustest selgus, et ankeedile vastajad olid enamuses parimas tööeas naised, kelle sissetulek oli üle 900€ kuus. Naiste suur osakaal vastajate seas tulenes mõneti asjaolust, et naised on agaramad ankeetidele vastajad kui mehed. Samuti tuginedes teooriale on naised ühtlasi ka kõige tihedamad spaa külastajad (D'Angelo 2006: 303). Vanuselise jaotuse puhul, kus valdavaks kujunes vanusegrupp 25–49 eluaastat, võib põhjuseks tuua inimeste paremad ametikohad, sest sellises vanuses on kogemustepagas suurem ja karjääriredelil rohkem tõustud. Seega on inimeste sissetulekud suuremad ja saadakse lubada endale rohkem meelepärasemaid spaateenuseid, mis aitavad toime tulla igapäevase stressi ja väsimusega.

Lisaks selgus uuringu analüüsis, et suurem osa küsimustikule vastajatest pole teisi päevaspaasid külastanud ning ilmnes ka, et päevaspaa mõiste oli mitmete jaoks arusaamatu, ajades segamini või samastades seda suuremate spaahotellidega. Kuna Euroopas ning sealhulgas ka Eestis pole päevaspaad niivõrd populaarseks kujunenud, on päevaspaade turg veel arengujärgus ning inimeste teadlikkus sellest vähene. Vaid väga väike hulk vastajatest oli teisi Eesti päevaspaasid külastanud, olles kasutanud spaateenustest eelkõige massaaže, näo- ning käte- ja jalgadehooldusi. Vastajate väike osakaal võib olla tingitud ka asjaolust, et päevaspaad on suunatud enamjaolt päevaseid hooldusi soovivale kohalikule klientuurile, mistõttu pole ka uuritavas asukohas elavad inimesed teisi päevaspaasid külastanud.

Spaateenuste valimisel peeti oluliseks peamiselt teenuste kvaliteeti ja teenindajate professionaalsust. Väga vähesel määral osutus määravaks ka teenuse odav hind. Nii, nagu ka teoreetilises osas selgus, pöörab suur osa spaaklientidest tähelepanu teenuste kvaliteedi ja hinna omavahelisele vastavusele. Spaaklientide jaoks on oluline, et hinna ja kvaliteedi suhe oleks paigas ehk teisisõnu spaateenuse kvaliteet oleks kooskõlas väärtusega, mida kliendilt teenuse eest küsitakse. (Exceed Spa Guest... 2013) Uuritava ettevõtte puhul selgus, et enamik Dorpat SPA-d külastanud kliente on teenuste kvaliteediga küll rahul, kuid samal ajal leidis mitmeid, kes pidasid teenuste hinnataset kohati kõrgeks. Siinkohal on autor arvamusel, et sihtrühmade mitmekesistamiseks ja külastatavuse tõstmiseks tuleks ettevõttel läbi mõelda teenuste hinnad ja pakkumine.

Uuringus osalejatest külastas enamus Dorpat SPA-d sagedamini kui kuus korda aastas. Teisalt selgus, et iganädalast külastust võimaldas endale aga väga vähene hulk küsitlute seast, kelleks olid valdavalt suurema sissetulekuga kliendid. Uuringust järeldub, et külastatavuse tihedus on seotud inimeste sissetulekuga, mistõttu saab kinnitust veelkord tõsiasi, et noorema- ja vanemaealiste sihtrühmade osakaalu suurendamiseks tuleks läbi mõelda teenuste hinnastrateegia. Sel puhul tuleks kasuks järgmine uuring, mille kaudu oleks võimalik teada saada, kui palju oleksid kliendid nõus spaateenuste peale kulutama. Tuginedes teooriale, mille põhjal selgus, et näiteks teismelised on väiksema sissetulekuga, võiks hindu korrigeerides arvestada sihtrühmade eripäradega (D'Angelo 2006: 308). Võimaluse korral võiks kaaluda õpilastele ja vanuritele spaateenuste pakkumist näiteks 10–15%-lise soodustusega.

Dorpat SPA külastuspõhjusteks kujunesid valdavalt välimuse eest hoolitsemine ja lõõgastus. Sellest järeldub, et populaarsemate spaateenustena saab käsitleda eelkõige iluteenuseid ning lõõgastust pakkuvaid massaaže ja kehahoolduseid. Nii töö teoreetiline kui ka empiiriline osa näitas, et populaarsemateks spaateenusteks on massaažid ja näohooldused (International SPA Association... 2013). Kuna Dorpat SPA massaažide ja näohoolduste valik on küllaltki mitmekesine ning nõudlus teenuste osas suur, võiks pakkumise elavdamiseks korraldada rohkem erisuguseid sooduskampaaniaid. Näiteks võiks ettevõtte kaaluda viie ja kümne korra massaažipakettide pakkumist, mis oleksid soodsama hinnaga kui võtta nimetatud hulgal massaaže eraldi. Tuginedes klientide soovidele võiks lisaks teenuste sooduspakkumistele korraldada ka rohkem

sooduskampaaniaid müüdavatele toodetele. Näiteks igakuiseid näo-, keha- ja juuksehooldustoodete allahindlusi.

Üldiselt olid vastajad teenuste kvaliteedi ja -valikuga ning spaakeskkonna teguritega rahul või väga rahul. Esines mõningast rahulolematust ruumide kujunduse, muusika, tervistavate jookide pakkumise ning ooteaja korralduse ja mugavusega. Hea ülevaate klientide soovidest ja vajadustest seoses hinnatavate teguritega andis ettepanekute veerg, milles toodi välja mitmeid parendamist vajavaid valdkondi. Järgnevalt annab autor ülevaate klientidepoolsetest ettepanekutest erinevatele spaakeskkonna teguritele, mis on olulised päevaspaa konkurentsivõime tõstmisel ja uute spaateenuste arendamisel.

Küsitluse põhjal selgus, et mitmed vastajad ei olnud rahul ettevõtte ruumilise kujundusega, mis mõjutas omakorda rahulolu kogu üldise spaa atmosfääriga. Tuginedes teooriale on Wang (2005: 144) omalt poolt välja toonud, et hästi disainitud päevaspaa hõlmab endas mitmesuguseid tegureid, nagu toataimede ja vee elementide olemasolu, hea valgustus, kaunid hoolduseruumid ning mugav ja meeldiv ootesaal. Klientide poolt soovitud uuendusteks olid privaatsem ja hubasem ooteruum, eraldi lasteruum ning rohkemate *feng shui* kui omaette ruumikorralduse meetodi elementide kasutamine ettevõtte sisekujunduses. Energiaid tasakaalustavate esemetena oleks ettevõtte sisekujunduses võimalusteks kasutada näiteks dekoratiivset toapurskkaevu, bambusoksi või teisi toataimi. Ettevõtte asukohast tingituna on laienemistööd Dorpat SPA-s piiratud, mistõttu suuremaid muudatusi ruumide korralduses ei võimalda teha ning ümberehitused nõuaksid suuri rahalisi väljaminekuid. Antud olukorras tuleks rohkem kasutada ettevõtte allkorrusel asetsevat ooteruumi, mis on privaatsem ja sobilikum ka hommikumantlis päevaspaa kliendile.

Uuringu põhjal saab autor järeldada, et ettevõtte ruumiline kujundus avaldas mõju ka ooteaja korraldusele ja mugavusele. Hinnatava teguri parendamiskes ja kliendimugavuse säilitamiseks võiks tuginedes teooriale rõhutada rohkem väikestele detailidele, mis suunavad inimeste tähelepanu mujale ning mõjutavad kogu külastuskogemust positiivselt (Exceed Spa Guest... 2013). Näiteks võiks aegajalt pakkuda üllatusmeeneid (teepakk, šokolaad, kosmeetikatooted jt) nii lastele kui ka täiskasvanutele. Samuti tuleks ooteajal ajakirjade ja ajalehtede pakkumisel tähelepanu

pöörata nende valiku mitmekesisusele, et vastavalt sihtrühmadele oleks nii naiste-, meeste- kui ka lasteajakirju.

Kliendiuuringus pöörati tähelepanu ka teenindajate riietusele. Ettepanekuna toodi välja, et teenindajate riided võiksid olla loodussõbralikust materjalist. Seoses tervislike eluviiside propageerimisega on inimesed hakanud järjest rohkem väärtustama elutervet keskkonda ja keskkonnasäästlikust, kuhu hulka kuuluvad ka ökoloogilised tooted ja rõivad. Looduslike materjalide eelistamist sünteetilistele tõstab ettevõtte keskkonnasäästlikku mõtlemist ja hoiakuid ning mõjub kogu ettevõtte mainele positiivselt. Eelistatud riidematerjalidena võiks ettevõtte kaaluda näiteks ökoloogiliselt kasvatatud puuvilla, villa või lina.

Klientide arvates on töötajate ametialane professionaalsus ja personaalne teenindus spaa külastamisel määrava tähtsusega. Mitmetes uuringus osalenud kliendi ankeedis rõhutati ettevõtte teeninduskvaliteedi tõstmisele ja ühtsel tasemel hoidmisele. Teoreetilisele taustale toetudes mängib tervikliku külastuskogemuse juures rolli lisaks ettevõtte üldisele atmosfäärile ja füüsilisele väljanägemisele ka kogu spaapersonali teenindus, mis mõjutab suuresti klientide rahulolu ja tagab nende korduvkülastused (Kelleher 2004: 23; Smith, Puczko 2009: 198). Sellest tulenevalt tuleks ettevõttel oma klientide rahulolu tagamiseks ja tõstmiseks pöörata tähelepanu personali teenindusalasele koolitamisele.

Kliendiküsitluse tulemustest selgus, et ettevõtte muusika on kohati üksluine ja muutumatu. Sellest tulenevalt toodi ettepanekuna välja praeguse muusika valiku väljavahetamine või mitmekesistamine. Klientide eelistusteks kujunes sõnadeta muusika. Sobilikuks võib siinkohal pidada näiteks lõõgastavat ja rahustavat looduslähedast muusikat. Samuti oli toetavale uuringule tuginedes näha, et päevaspaades on tavaks kujunenud hoolitsuste eel ja järel pakkuda klientidele tervistavaid suupisteid ja jooke. Kliendiuuringu põhjal saab järeldada, et hetkeline tervistavate jookide valik, kuhu kuulub taimetee, kohv ja vesi, on Dorpat SPA-s kesine ning vajaks mitmekesistamist. Valikusse võiks lisada ka võimalusel näiteks lisatasu eest puuvilja- ja karastusjoogid (gaseeritud- ja mineraalvesi, jäätee). Peale selle võiks ettevõtte kaaluda kergete suupistete, nagu näiteks puuviljad, pakkumist, mis oleks kasulik eelkõige paketiisena.

Lähtuvalt kliendiuuringu tulemustest, leidsid enamjaolt kõik vastajad, et uute spaateenuste arendamine loob ettevõttele lisaväärtust. Järgnevalt toob autor välja olulisemad kliendi- ja toetavast uuringust tulenevad ettepanekud päevaspaa teenuste valiku laiendamiseks ja uuendamiseks. Samuti on päevaspaa teenuste arendusettepanekute juures arvestatud spaateenuste trendide, päevaspaa eripärade ning põhiliste sihtrühmade vajaduste ja soovidega.

Võttes arvesse kliendiuuringu tulemusi, kujunes toitumis- ja treeningnõustamine kõige nõutumaks ja eelistatumaks teenuseks. Lisaks välimuse eest hoolitsemisele on inimesed hakanud üha rohkem tähelepanu pöörama ka oma tervisele ja sealjuures tervislikule eluviisile, mis hõlmab endas nii õiget toitumist kui ka piisavas koguses liikumist. Paraku aga ei pruugi paljud osata hinnata oma tervislikku seisundit ning vastavalt sellele seada oma igapäevast toitumis- ja liikumiskava. Toitumis- ja treeningnõustamise pakkumiseks tuleks ettevõttel kaaluda näiteks toitumis- ja treeningalase spetsialisti palkamist või olemasolevate füsioterapeutide edasist koolitamist, kes teostaks kliendi keha-analüüsi ning koostaks sobiva toitumis- ja treeningkava.

Uuringutulemuste põhjal oli teiseks kõige enam soovitud teenuseks treeningprogrammid. Nagu ka teoreetilises osas selgus, siis on mitmed päevaspaad ühinenud spordiklubidega ning pakuvad erisuguseid liikumisele suunatud teenuseid, nagu aeroobika, jooga, kickbox, pilates, *tai chi* jne (Kelleher 2004: 97). Kuna uuritava ettevõtte ruumiline kujundus ei ole suunatud suurtele inimmassidele ning laiendustööd aeroobika- või jõusaali ehitamiseks on nii rahaliselt kui ka asukohast tingituna piiratud, siis tuleks piirduda väiksemate rühmatreeningutega, mis oleks suunatud kuni 15-liikmelisele inimestegrupile. Teenuseid saaks pakkuda füsioteraapia ruumides, vajalik oleks vaid eelnev treeneri palkamine või füsioterapeutide koolitamine. Pakutavate treeningute seas võiksid olla näiteks jooga ja pilates, mis juba oma olemuselt nõuavad rohkem individuaalset lähenemist.

Jooga ja pilates on küll erinevad treeningsüsteemid, kuid mõlema puhul on üheks peamiseks eesmärgiks tasakaalu saavutamine keha, hinge ja vaimu vahel läbi mitmesuguste liikumis- ja tasakaaluharjutuste (McGonigal 2010). Kuna nii joogal kui ka pilatesel on rahustav ja hea toime inimese üldisele olekule, sobiksid need teenused ettevõtte kontseptsiooniga kenasti. Samuti võiks kaaluda ettevõtte ka jooga ja pilatase

omavahelist ühendamist (*yogalates*), mida on töö teoreetilises osas käsitletud kui ühte spaateenuste trendi (Barrows, Powers 2008: 281).

Kliendiküsitluse tulemustest selgus, et eelistatud protseduurideks on ka mitmesugused spetsiifilised iluteenused, nagu ilusüstid, geelküüned, kalapediküür jne. Kuna valdavaks päevaspaade kliendigrupiks on naised, kes külastavad päevaspaa-asutust peamiselt välimuse hoolitsemise eesmärgil, võib iluteenuste valiku mitmekesistamist pidada oluliseks teemakäsitluseks. Spetsiifiliste iluteenuste pakkumisel on vajalik eelnev kosmeetikute koolitamine ja protseduuriks vajalike töövahendite soetamine, mistõttu ettevõtte rahalist ressursi arvestades tuleks kaaluda, millised protseduurid oleksid nõutavamad. Autori arvamuse kohaselt võiks pakkuda geelküünte paigaldust ning samuti võiks ettevõtte arendada veega seotud hoolitsustest kalapediküüri. Kalateraapia kui tervendav kosmeetiline protseduur on viimasel ajal hakanud üha suuremat populaarsust koguma ka Euroopas ja Eestis. Kalateraapia käigus kasutatakse spetsiaalseid doktorkalu, kes puhastavad ja koorivad nahka, toitudes pindmistest surnud naharakkudest. Lisaks ravitoimele avaldab kalateraapia üldist rahustavat toimet kogu kehale. (Kalateraapia. Dr Fish 2013)

Arvestades trendi, et üha rohkem kliente külastavad spaasid koos lastega, on oluline pöörata tähelepanu spetsiaalsete lasteprotseduuride pakkumisele. Lastele suunatud teenuste arendamisel tuleb olla loominguline ja luua teenuseid, mis on köitvad ja lastemeelsed. Pakutavate teenuste seas võiks kaaluda näiteks lastemaniküüri ja -pediküüri, vanniprotseduuri lastele, lastemassaaži ning spetsiaalselt lastele mõeldud spaakehahooldust. Lastemassaaž mõjub lapse organismile äärmiselt soodsalt, aidates lõõgastuda ja taastada jõuvarusid ning vabaneda stressist ja pingetest. Massaaži võib lapsele teha vaid lastemassaaži spetsialist, kes tunneb selle protseduuri iseärasusi, mis tulenevad lapse pidevast kasvamisest ja arengust. (Imikute ja laste... 2013) Massaažide ja lastele pakutavate protseduuride nimetustest võiks kasutada huvitavat ja kutsuvat lähenemist. Näiteks on Georg Ots SPA-s kasutatud lastehoolitsustes järgnevaid loomingulisi nimetusi: spordimehe musklimassaaž, superstaari sädelev massaaž tüdrukutele, šokolaadimassaaž lastele, suur vahuvann jt (Hoolitsused lastele... 2013).

Uuringu tulemuste ja teoreetilises osas kajastatu järgi on populaarseks kujunenud ka spetsiaalselt meestele suunatud spaateenused, millest teooriast lähtuvalt on kõige

kasutatavamateks spordimassaažid ja näohooldused ning seejärel mitmesugused saunad ja treeningud (Kelleher 2004: 89). Hetkel pakub Dorpat SPA meestele mõeldud hoolitsustest manikööri ja näohooldust. Arvestades, et näohooldused on massaažide kõrval ühtedeks populaarsemateks spaateenusteks, võiks teenuste valikusse lisada veel teisigi erinäohooldusi meestele, mis on kas pinguldava, niisutava või sügavpuhastava toimega. Samuti võiks kaaluda pakutavate teenustena meestele suunatud jalgade- ning kehahooldust, nagu näiteks on Reval Day Spa-s hooldus „MR Body“.

Arvestades läbiviidud kliendiküsitluse ja teiste Eesti päevaspaade teenuste analüüsi tulemusi on viimasel tehnoloogial põhinevad aparaat-protseduurid, nagu näiteks näo- ja keha teemantlihvimine või näo ja keha müostimulatsioon, kujunenud üheks viimase aja trendiks. Näo- ja keha teemantlihvimist peetakse kõikidest nooruse ja naha värskuse eest võitlemise meetodikatest kõige populaarsemaks ja efektiivsemaks. See on ainulaadne protseduur „surnud“ naharakkudest vabanemiseks ning naha olukorra parandamiseks. Protseduuri tehakse otsikute abil, mis on kaetud laserlihvitud teemantidega ning koos vaakumi puhastava ja stimuleeriva toimega. (AESTHETIC Health and... 2013) Antud protseduuri Dorpat SPA teenuste hulka lisamine oleks kasulik, kuna näo- ja kehanahaprobleemid on tuntavad nii vanemas kui ka nooremas eas olevate spaaklientide seas. Lisaks tavapärastele näohooldustele pakub mikrolihvimine uuenduslikku võimalust nahadefektide eemaldamiseks.

Nii teoreetilisest osast kui ka kliendiküsitlusest tuli välja, et kõige populaarsemaks ja ühtlasi ka klientide meelisprotseduuriks on massaaž (International SPA Association... 2013). Küsitlusest saadud tulemustest selgus, et lisaks hetkel pakutavatele on eelistatud massaažideks näiteks India peamassaaž ning imikute- ja rasedate massaaž. India peamassaaž ehk *Champi* on iidsete *ayurveda* raviviiside hulka kuuluv massaažiliik, mis õpetab enda eest hoolitsema ja haigusi ennetavalt elama. Massaaži käigus masseeritakse energiakanaleid käsitledes läbi pea, kaela, näo ja õlgade piirkond. (India peamassaaž... 2013) Peamassaaži pakkumiseks ei ole ettevõttel vaja teha suuri rahalisi kulutusi, kuna seda saab teostada tavalises massaažitoas ja olemasolevate massaažiõlidega. Vajalik on vaid massööride väljaõpe India peamassaaži põhitõdedest ja tehnikast.

Imikute- ja rasedate massaažid on vastavaid sihtrühma eripärasid arvestavad massaažiliigid, mille puhul on oluline teadlikkus inimeste füsioloogilistest iseärasustest.

Imikute massaažil on väga mitmeid positiivseid kasutegurid lapse füüsilisele ja vaimsele arengule. Massaaži abiga saab mõjutada lapse lihastoonust, tugevdada lihaseid, parandada seedimist, toetada lülisamba arengut, arendada närvisüsteemi ja kogu lapse arengut tervikuna. Samuti aitab massaaž tugevdada lapse immuunsüsteemi. (Imikute ja laste... 2013) Mõlema massaažiliigi puhul on sarnaselt peamassaažile vajalik töötajate koolitamine.

Uuringu põhjal järeldusi tehes, jõudis töö autor arvamusele, et uute päevaspaa teenuste arendamisel Dorpat SPA-s tuleks arvestada väga mitmete klientide rahulolu ja külastatavust mõjutavate teguritega. Terviklik spaatoode ehk külastuskogemus peaks hõlmama endas teenindajate kliendikeskset mõtlemist ning teadlikkust pakutavatest teenustest ja toodetest, samuti ettevõtte korras väljanägemist, mugavust ja uuenduslikkust ning spaateenuste mitmekesisust. Mitmekülgsemate spaateenuste arendamisel tuleks tähelepanu pöörata nii teenuste kvaliteedile kui ka sõbralikule ja viisakale teenindusele. Selline spaatrendidest, päevaspaa eripäradest ning klientide vajadustest ja huvidest lähtuvalt laialdasema spaateenuste valiku loomine, võimaldab suurendada erinevate päevaspaa sihtrühmade külastatavust ja rahulolu.

Uute spaateenuste väljatöötamine või olemasolevate väljavahetamine ja uuendamine nõuab ettevõttelt läbimõeldud tegevust ja rahalist ressursi. Kuna Dorpat SPA puhul on tegu siiski eraettevõttega ja väiksema päevaseid teenuseid pakkuva asutusega, siis on autor arvamusel, et korraga kõiki uuendusi ettevõtte endale lubada ei saaks. Sellest tulenevalt tuleb uuendustega alustada tasapisi ning selekteerida välja primaarsed ja sekundaarsed arendustegevused. Esialgu tuleks kindlasti tegeleda teeninduskvaliteedi parendamise, teenuste kvaliteedi ja hinna ühtlustamisega ning seejärel esiteks vähem rahalisi ressursse nõudvate spaateenuste väljatöötamise ja üldise spaakeskkonna parendamisega.

Autor leiab lisaks, et uute spaateenuste arendamisel ning ettevõtte külastatavuse tõstmisel on oluline osa ka turundusel ja teavitustööl. Ettevõtte jaoks on tähtis olla teadlik, millised turundusmeetmed on kõige tõhusamad ettevõtte sihtrühmadeni jõudmiseks. Sel puhul tuleb kasuks ka järgmine uuring, mille põhjal oleks võimalik selgeks teha, kuidas kõige paremini oma päevaspaa klientidele spaateenuseid pakkuda ja turundada.



## KOKKUVÕTE

Inimeste kasvanud teadlikkus oma tervisest ja viisidest selle parendamiseks on oluliselt suurendanud nõudlust spaateenuste järele. Üha juurde kerkivad spaateenuste pakkujad on muutnud spaaturu konkurentsi järjest tihedamaks ning andnud ka klientidele võimaluse olla üha nõudlikum ja valivam. Konkurentsis püsimiseks ning klientide rahulolu ja külastatavuse tõstmiseks tuleb spaa-asutustel olla kursis nii muutuvate spaatrendide kui ka klientide ootuste, vajaduste ja soovidega, millele vastavalt suunata ja arendada oma teenuste ja toodete valikut.

Seoses inimeste vajaduste muutumisega ning ka pideva teaduse ja tehnoloogia arenguga on viimastel aastakümnetel spaateenuste valik muutunud järjest mitmekesisemaks ja omanäolisemaks. Kui varem on pööratud tähelepanu üksnes haiguste ravimisele mitte aga nende ennetamisele, siis tänapäeval on raviprotseduuride kõrval populaarseks saanud mitmesugused ühepäevast lõõgastust pakkuvad ilu- ja kehahooldused. Massaažide ja näohoolduste kui kõige populaarsemate spaateenuste kõrvale on lisandunud väga mitmed teised inimese heaolule suunatud ja viimase aja tehnoloogial põhinevad teenused, nagu DNA-analüüsid, ilusüstid jpm.

Oluliseks aruteluteemaks spaateenuste arendamisel on ka erinevate sihtrühmade vajaduste, ootuste ja eelistustega arvestamine. Kuna inimesed on muutunud järjest teadlikumaks oma ootustest spaa külastusel, eeldavad nad üha personaalsemat lähenemist oma tervisele, ilule ja heaolule. Sõltuvalt inimeste vajadustest ja spaakülastuse eesmärgist on külastajatel võimalik valida väga erisuguste spaade vahel, millest üha suuremat populaarsust koguvad ka ühepäevaseid ilu- ja spaateenuseid pakkuvad päevaspaad. Päevaspaa klientide, kui valdavalt kohalike elanike, külastuskogemust mõjutavad väga mitmed tegurid, mille hulka kuuluvad nii ettevõtte

atmosfäär ja füüsiline väljanägemine, teenindajate professionaalsus kui ka teenuste kvaliteet, hind ja valikuline mitmekesisus.

Toetudes teoreetilistele lähtekohtadele viidi Dorpat SPA-d külastanud klientide seas läbi uuring, selgitamaks välja klientide rahulolu ettevõtte teenustega ning nõudlust uute spaateenuste arendamiseks. Valimi moodustasid uuritava ajaperioodil 100 Dorpat SPA-d külastanud kliendid, kes nõustusid küsimustikule vastama. Küsimustikus uuriti klientidelt nende teiste päevaspaade külastuste, spaateenuste olulisuse ja valimise kohta. Samuti said kliendid hinnata oma rahulolu Dorpat SPA teenuste valiku, kvaliteedi, hinnaklassi ja spaakeskkonna teguritega ning tuua välja eelistused uute spaateenuste arendamiseks. Toetavaks uuringuks oli teiste Eesti päevaspaade hetkeolukorra analüüs, mille põhjal uuriti teiste Eesti päevaspaade pakkumisi ja teenuste valikut.

Uuringu põhjal selgus, et valdav osa küsitluses osalenud Dorpat SPA klientidest on kõrgema sissetulekuga keskmisesse vanusegruppi jäävad naised, kes võimaldavad endale rohkem spaateenuseid lubada. Autor on arvamusel, et vanema- ja nooremaeliste sihtrühmade külastatavuse tõstmiseks tuleks ettevõttel läbi mõelda hinnastrateegia ning pöörata suuremat tähelepanu ka teenuste kvaliteedi ja hinna vastavusele. Samuti tuleks ettevõttel kaaluda aegajalt nii teenuste kui ka toodete sooduskampaaniate korraldamist. Ettepanekutena lisas autor omalt poolt näiteks sooduspakkumised massaažipakettide näol ning igakuiseid kosmeetikumide ja juuksehooldusvahendite allahindlused.

Lisaks selgus, et päevaspaa teenuste arendamisel tuleks ettevõttel arvestada ka mitmete teiste klientide külastuskogemust mõjutavate teguritega. Kliendiküsitlusest saadud tulemuste põhjal tõi autor omalt poolt välja soovituslikud parendusettepanekud Dorpat SPA keskkonnast tingitud teguritele. Ettepanekud hõlmasid ruumilise kujunduse hubasemaks muutmist, ooteajakorralduse ja mugavuse parendamist, looduslike materjalide kasutamist teenindajate riietuses, teeninduskvaliteedi parendamist, muusika ja tervistavate jookide valiku mitmekesistamist ning suupistete pakkumist.

Kliendiuringu tulemustest sai järeldada, et uute spaateenuste arendamine on enamike Dorpat SPA klientide jaoks oluline. Kliendiküsitluse tulemuste põhjal tõi töö autor välja olulisimad ettepanekud päevaspaa teenuste arendamiseks Dorpat SPA-s. Eelistatuimate teenustena olid esindatud eesotsas toitumis- ja treeningnõustamine ning

treeningprogrammid. Peale selle kujunesid soovitud teenusteks erisugused spetsiifilised iluteenused, lasteprotseduurid ja aparaatkosmetoloogial põhinevad hooldused. Tuginedes teooriale ja klientide eelistustele võiks ettevõtte kaaluda ka massaažide ja meeste suunatud protseduuride valiku mitmekesistamist.

Töö autor usub, et uuringu tulemustest saadud ettepanekud on olulised päevaspaade teenuste valiku mitmekesistamisel ja uuendamisel. Laialdasem spaateenuste valik aitab kaasa erinevate päevaspaasihtrühmade rahulolule ja külastatavusele ning ettevõtte konkurentsipüsimisele. Teisalt eeldab uute spaateenuste väljatöötamine ja uuenduste läbiviimine läbimõeldud ja planeeritud tegutsemist ning piisaval hulgal rahalist ressursi. Seetõttu tuleb esialgu keskenduda kõige olulisematele ja ettevõtte võimalikest ressurssidest lähtuvatele arendustegevustele. Autori hinnangul on oluline osa spaateenuste arendamisel ka turundusel, millega ettevõttel tuleks edaspidiselt uute ja olemasolevate spaateenuste pakkumisel tegeleda. Erinevaid sihtühma eripärasid ja soove arvestades tuleks välja selgitada, milliseid turundusmeetmeid tuleks päevaspaal oma teenuste pakkumisel rakendada, et suurendada klientide huvi ja külastatavust.

Diplomand leiab, et antud lõputöö eesmärk sai täidetud. Lõputöö käigus selgitati välja Dorpat SPA klientide rahulolu ja külastatavust suurendavad spaateenused ning lähtuvalt uurimistulemustest ja teoreetilisest taustast esitati ettevõttele ettepanekud uute päevaspaas teenuste arendamiseks. Diplomand loodab, et käesolev lõputöö on väärtuslikuks allikaks Dorpat SPA edaspidises teenusearendusprotsessis.

## VIIDATUD ALLIKAD

AESTHETIC Health and Spa koduleht. [<http://www.aesthetic-salon.com/>] 28.02.2013.

Babor SPA koduleht. [<http://www.baborspa.ee/>] 28.02.2013.

**Barrows, C. W., Powers, T.** 2008. Introduction to the Hospitality Industry. Hoboken: John Wiley & Sons.

**Burkholder, P.** 2007. Start Your Own Day Spa Business and More: Destination Spa, Medical Spa, Yoga Center, Spiritual Spa. New York: Entrepreneur Media Inc.

**Cohen, M.** 2008. Spas, Wellness and Human Evolution. – Understanding the Global Spa Industry: Spa Management. Editors Cohen, M., Bodecker, G. Amsterdam: Elsevier Ltd., pp. 3–25.

**D'Angelo, J. M.** 2006. Spa business strategies: a plan for success. New York: Thomson Delmar Learning.

Dorpat SPA koduleht. [[www.dorpatspa.ee/](http://www.dorpatspa.ee/)] 18.01.2013.

DSA Releases 2010 Day-Spa Goer Report. Skin Inc. [<http://www.skininc.com/spabusiness/trends/92964114.html>] 07.05.2013.

**Ellis, S.** 2008. Trends in Global Spa Industry. – Understanding the Global Spa Industry: Spa Management. Editors Cohen, M., Bodecker, G. Oxford: Elsevier Ltd., pp. 66–84.

**Ellis, S.** 2013 Trend Report – Top 10 Global Spa & Wellness Trends Forecast. [[http://www.spafinder.com/newsletter/pt/trends2013/SFW\\_2013\\_Trend-Final.pdf](http://www.spafinder.com/newsletter/pt/trends2013/SFW_2013_Trend-Final.pdf)] 02.02.2013.

Exceed Spa Guest Expectations to Gain a Loyal Customer Base. Coyle Hospitality Group. [<http://www.coylehospitality.com/news/exceed-spa-guest-expectations-to-gain-a-loyal-customer-base/>] 17.01.2013.

**Frost, G. J.** 2004. The Spa as a Model of an Optimal Healing Environment. – The Journal of Alternative And Complementary Medicine, Vol. 10 (1), pp. 85–92.

**Hadley, D. J.** 2012. Pamper Yourself In A Day Spa: A Mini-Guide About Day Spas And How To Get Personalized Pampering For A Day With Spa Treatments Such As Body Massages, Facial Treatments And Other Beauty Therapy For Instant Stress Relief To Make You Feel Healthy And Beautiful Again. – Ebook. KMS Publishing.

**Hannelore, R. L., Reinhard, R. B.** 2003. The spa encyclopedia: a guide to treatments and their benefits for health and healing. Clifton Park: Thomson/Delmar Learning.

Harmoonikum koduleht. [<http://harmoonikum.ee/>] 28.02.2013.

Hea Tunde Tuba koduleht. [<http://www.heaenergia.ee/>] 28.02.2013.

Hoolitsused lastele. Georg Ots Spa Hotell. [<http://www.gospa.ee/spaa/hoolitsused/lastele/>] 08.04.2013.

Imikute ja laste massaaž. Harmoonikum. [<http://www.harmoonikum.ee/imikute-ja-lastemassaa382.html>] 08.04.2013.

International SPA Association Releases 2011 U.S. Spa Industry Study. International SPA Association. [<http://www.experienceispa.com/articles/index.cfm?action=view&articleID=507>] 02.02.2013.

India peamassaaž. Kalev SPA. [<http://www.kalevspa.ee/india-peamassaa3/>] 08.04.2013.

Kalateraapia. Dr Fish OÜ. [[http://drfish.ee/est/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57:excepteur-sint-occaecat-&catid=34:information](http://drfish.ee/est/index.php?option=com_content&view=article&id=57:excepteur-sint-occaecat-&catid=34:information)] 08.04.2013.

**Kelleher, R. M.** 2004. Spa basics: a consumer's guide to day spa services. Victoria: Trafford.

**Koh, S., Yoo, J. J.-E., Boger Jr, C. A.** 2010. Importance-performance analysis with benefit segmentation of spa goers. – International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 22 (5), pp. 718–735

**Leavy, H. R., Bergel, R. R.** 2003. The Spa Encyclopedia: a guide to treatments & their benefits for health & healing. Clifton Park: Thomson/Delmar Learning.

**McGonigal, K.** 2010. Successful Yoga-Pilates Fusion. [<http://www.idealife.com/fitness-library/successful-yoga-pilates-fusion>] 10.04.2013.

**McNeil, K. R., Ragins, E. J.** 2005. Staying in the spa marketing game: Trends, challenges, strategies and techniques. – Journal of Vacation Marketing, Vol. 11 (1), pp. 31–39.

Nõuded majutusettevõttele. Majandus- ja kommunikatsiooniministri määrus nr 43, 23.05.2012. – Riigi Teataja I osa, 2012, 2.

**O'Fallon, M. J., Rutherford, D. G.** 2011. Hotel Management and Operations. Hoboken: John Wiley & Sons.

Rahvastik vanuserühma järgi. Eesti Statistikaamet. [<http://www.stat.ee/29915>] 29.03.2013.

Reval Day Spa koduleht. [<http://tallinnspa.eu/>] 28.02.2013.

Sakura Päeva Spa koduleht. [<http://www.sakuraspa.ee/>] 28.02.2013.

**Scott, J., Harrison, A.** 2006. SPA – The Official Guide to Spa Therapy at Levels 2 & 3. London: Thomson Learning.

**Smith, M., Puczko, L.** 2009. Health and Wellness Tourism. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Spaad.

Puhka

Eestis.

[[http://www.puhkaeestis.ee/et/otsing/spaa?q=&type=yldine\\_spa\\_1&locationName=&e=&n=&radius=50%2B&location=location\\_all&subLocation=&locationTab=2&topic=yldine\\_teema&target\\_siht=yldine\\_sihtruhm&results\\_count=10&selected\\_pager=1&total\\_results=49&random\\_seed=944647#container-search](http://www.puhkaeestis.ee/et/otsing/spaa?q=&type=yldine_spa_1&locationName=&e=&n=&radius=50%2B&location=location_all&subLocation=&locationTab=2&topic=yldine_teema&target_siht=yldine_sihtruhm&results_count=10&selected_pager=1&total_results=49&random_seed=944647#container-search)] 31.01.2013.

Spaa-hotellide järgunõuded. Eesti SPA Liit. [<http://www.estonianspas.eu/et/Spaa-hotellide-jargunouded>] 18.01.2013.

Sõnastik. Eesti Statistikaamet. [<http://www.stat.ee/files/koolinurk/abiks/sonastik/>] 08.04.2013.

Types of Spas. International SPA Association. [<http://www.experienceispa.com/spagoers/spa-101/types-of-spas/>] 18.01.2013.

**Voigt, C., Brown, G., Howat, G.** 2011. Wellness tourists: in search of transformation. *Tourism review*. – Emerald Article, Vol. 66 (1), pp. 16–30.

**Wang, S.** 2005. *Spa: The Sensuous Experience*. Editors Henry, R. D., Taylor J. D. Victoria: The Images Publishing Group Pty Ltd., pp. 144–185.

Wellness Tourism Worldwide 2011. 4WR: Wellness for Whom, Where and What? Wellness Tourism 2020. Full Research Report. [[http://www.slovenia.info/pictures%5CTB\\_board%5Catachments\\_1%5C2012%5C4WR\\_WellnessTourism\\_2020\\_fullreport\\_14328.pdf](http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Catachments_1%5C2012%5C4WR_WellnessTourism_2020_fullreport_14328.pdf)] 02.02.2013.

**Williams, A.** 2007. *Spa Bodywork: A Guide for Massage Therapists*. Baltimore: Lippincott Williams & Wilkins.

**Lisa 1.** Eesti päevaspaades pakutavad teenused. (Allikas: AESTHETIC Health and... 2013; Babor SPA koduleht 2013; Harmoonikum koduleht 2013; Reval Day Spa 2013; Hea Tunde Tuba 2013; Sakura Päevaspaa koduleht 2013; autori koostatud).

Päevaspaa	Pakutavad spaateenused
Reval Day Spa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• massaažid;</li> <li>• kehahooldused (6): galvaaniline spaakehahoolitus, „Luksuslik“ kehahoolitus, „Salendav“ tselluliidi kehahoolitus, „MR Body“ kehahoolitus meestele, salendav kehahoolitus „Väiksemad ümbermõõdud“, toitev kehahoolitus Omega 3-ga;</li> <li>• näohooldused (9): intensiivne vananemisvastane erihooldus „<i>Collagene Hyaluronique</i>“, „Tähtede Spa“, „Trimmi“, „<i>LADY</i>“, galvaaniline pinguldav näohooldus „NuSkin briljantne sära“, noorendav teraapia „NuSkin 180 hooldus“, imelise efektimaskiga „Tuhkatriinu“, probleemse näonaha hooldus „<i>Clear Action</i>“, värskendav näohooldus „PRINTS“, värskendav näohooldus „NuSkin KUNINGAS“;</li> <li>• maniküür ja pediküür;</li> <li>• muud iluteenused (3): ripsmete ja kulmude hooldus, ripsmete püsipikendused, naha-analüüs;</li> <li>• spaapaketid (5): „Paketid 1–10“, „Romantika kahele“, „Lapseootel emale“, „Ema ja tütre pakett“, „Unelmate päev“.</li> </ul>
Harmoonikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• massaažid (14): Harmoonikumi aroomimassaaž, klassikaline rootsi massaaž, pea- ja õlavöötmemassaaž, massaaž kuumade kividega, ugri-mugri massaaž kuumade tatrakukrutega, ürdipallimassaaž, jalatalla-, spordi-, tai-, mee-, kupu-, šokolaadi- ja rasedate massaaž;</li> <li>• kehahooldused (12): „Kirgastav kevadine suurpuhastus“, „Virgutav ja värskendav Tiivasirutus“, „Toniseeriv ja tujutõstev Pehmed ja karvased“, tselluliiti lõhustav „Hüvasti Rubensi rullid“, taastav ja puhastav „Taassünd“, toitev ja turgutav „Õidepuhkemine“, stressi maandav „Mesimummu mõnu“, rahustav ja lõõgastav VSOP, lõõgastav ja kaunistav „Südamedaamile“, „Harmooniline hellitus sõbrannadele“, „Sõbrannade galmuurkümbel“, taastav, puhastav ja virgutav „Igavese nooruse saladus“;</li> <li>• näohooldused (4): põhjalik ja puhastav näohellitus „Mõisapreili rõõsad paled“, niisutav ja toitev näohellitus „Veetluse värskendus“, elustav ja toitev näohellitus „Mamsli maiuspala“, sügavpuhastav meehoolitus „Okasroosike“;</li> <li>• käte- ja jalgade hooldused (5): kätehoolitus „Mõisaproua“, kätehoolitus „Kontoripreili“, jalgadehoolitus „Kõrged kontsad“, jalgadehoolitus „Džentelmen“, jalgadehoolitus „Ugri-mugri“;</li> <li>• muud iluteenused (2): depilatsioonid, kulmude ja ripsmete hooldus;</li> <li>• lisateenused: Spaa-pidu.</li> </ul>
Babor SPA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• massaažid ja teraapiad (13): klassikaline üldmassaaž, selja-, jala- ja peamassaaž, klassikaline massaaž kookosõliga, India peamassaaž kookosõliga, kiikuv <i>Yanna</i> massaaž, Babor aroomimassaaž, aroomiteraapia, duaalmassaaž, sügavniisutav kookose kehahoolitus, <i>Shi Tao</i> laavakivimassaaž kehale ja näole, refleksoloogia;</li> <li>• kehakoormised (4): <i>Eifelfango</i> kehakoormine, pehmendav kehakoormine jalakompressiga, Babor aroomiõli- ja meresooladega koormine, Hamam kehakoormine;</li> </ul>



## Lisa 1 järg

Päevaspaa	Pakutavad spaateenused
Babor SPA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• spaakehahooldused (7): Babor tselluliidihooldus, aroomteraapiline tselluliidihooldus, sensatsioonilised keha bandaažid, kullahooldus kehale, ayurveda kehale ja näole, khanya kehahooldus kehale ja näole, Beleza do brazil energiat andev kehahooldus;</li> <li>• kehamähised (4): jumalannade piimamähis, Eifelfango kehamähis, vetikamähis, vitamiinimähis;</li> <li>• vannihooldused (3): piimavann, ravimtaimevann, aroomivann;</li> <li>• näohooldused (20): näohooldus nahatüübi järgi, miimiliste kortsude vastane hooldus, New Skin hooldus, Pure Select näohooldus, ekstra niisutav hooldus, vitamiini hooldus, Baborganic näohooldus, näonaha puhastus, aroomnäohooldus, klassikaline näomassaaž, modelleeriv või plastiline näomassaaž, Lux pinguldav näohooldus, Selection sädelev iluhooldus, 3D pinguldav hooldus, Babor näohooldus meestele, Babor lõõgastav näohooldus meestele, Neuro Sensitive näohooldus tundlikule nahale, Neuro Sensitive näohooldus kuivale nahale, Doctor Babor puuviljahapetega näohooldus, Doctor Babor Derma Optimizer näohooldus;</li> <li>• käte- ja jalgade hooldused (6): luksuslik roosi spaa-maniküür, klassikaline maniküür, luksuslik roosi spaa pediküür, klassikaline pediküür, meeste pediküür, parafiinmask kätele või jalgadele;</li> <li>• muud iluteenused (4): depilatsioonid, kulmude ja ripsmete hooldus, jumestus, ripsmete püsipikendused;</li> <li>• spaapaketid (8): Aasiapärase noorendav pakett „Kui nauding kehtaks kauem“, „Kulla sära“, „Harmonia“, „Aafrika hõng“, „Klassikaline ilu“, Healupakett mehele, „Päev sõbrannaga“, „Vaid Teile kahele“;</li> <li>• lisateenused (2): saun, soolakamber.</li> </ul>
AESTHETIC Health and Spa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• massaažid (13): tselluliidivastane-, lümfidrenaazi-, klassikaline-, mee-, ravi-, lõõgastav-, stressivastane-, kupu-, bambusekeppidega massaaž, refleksoteraapia, <i>shiatsu</i>-, tai-, <i>Hawaii lomi lomi</i> massaaž;</li> <li>• kehahooldused (6): figuuri korrektsioon, salenemine ning keha lifting, dermaroller keha jaoks, keha mesoteraapia, keha teemantlihvimine, piiling, <i>El Ultra Light</i> rinna mittekirurgiline pinguldamine;</li> <li>• kehamähised (6): <i>Benda Thermo</i> kuum bandaažimähis, <i>Benda Thermo</i> külm bandaažimähis, <i>Belu Marine</i> mähkimine mee, kohvigeeli, roheline tee ja kuuma šokolaadiga;</li> <li>• aparatuurkosmetoloogia (8): pressoteraapia, ultrahelilifting, Thermo-C näo- ja kehanaha lifting, biokeraamiline kinnas, kaviatsioon-ultraheli liposaktsioon, näo ja keha teemantlihvimine, näo ja keha müostimulatsioon, <i>El Ultra Light</i> protseduurid;</li> <li>• näohooldused (12): näopuhastus, piilingud, kosmeetiline hooldus, näo müostimulatsioon, operatsioonivaba näonaha lifting, <i>Ericson Laboratoire</i> näohooldus, näonaha teemantlihvimine, probleemse näonaha ravimine, mikromesoteraapia, elektroporatsioon, näo mesoteraapia, <i>El Ultra Light</i> näonaha noorendamine;</li> <li>• käte- ja jalgade hooldused (4): maniküür ja pediküür, künte pikendamine, lastemaniküür, parafiiniteraapia;</li> <li>• muud iluteenused (5): juuksuriteenused, depilatsioonid, <i>El Ultra Light</i> epilatsioon, jumestus, püsimeik.</li> </ul>

## Lisa 1 järg

Päevaspaa	Pakutavad spaateenused
Sakura Päevaspaa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• massaažid ja teraapiad (4): klassikaline- ja tselluliidivastane massaaž, reiki, refleksoloogia;</li> <li>• kehahooldused (3): Darphin stressivastane kehahooldus, Darphin vananemisvastane kehahooldus, Darphin tselluliidivastane kehahooldus;</li> <li>• näohooldused (4): nahatüübipõhine 1,5 või 2 tunnine näohooldus, näohooldus mehaanilise puhastusega, Darphin hellitav näohooldus;</li> <li>• muud iluteenused (5): depilatsioonid, ripsmete ja kulmude hooldus, jumestus, kehamaalingud, kõrvarõngaaukude tegemine;</li> <li>• spaapaketid (9): „Kirsiõie poolpäev“, „Kirsiõite poolpäev“, „Sakura poolpäev“, „Zen spa päev“, „Sakura spaa-päev“, „Uus energia Sakurast“, „Kirgastav päev Sakuras“, „Kevadine äratus“, „Julge stiilimuutus“;</li> <li>• lisateenused: toitumisenõustamine, kinesioteipimine.</li> </ul>
Hea Tunde Tuba	<ul style="list-style-type: none"> <li>• massaažid (10): klassikaline üldmassaaž, tai-, shiatsu-, laavakivi-, mee-, aroomimassaaž, õlavöötme massaaž, jalatalla tsooniteraapia tammepulgaga, pea- ja õlavöötmemassaaž;</li> <li>• teraapiad (4): vabastav hingamine, reiki, kristalliteraapia;</li> <li>• koolitused: feng shui koolitus.</li> </ul>

## **Lisa 2. Küsitlusankeet**

Lugupeetud Dorpat SPA külastaja!

Käesoleva küsitluse on koostanud TÜ Pärnu kolledži üliõpilane Kätlin Unt. Küsitluse eesmärgiks on teada saada, millised on klientide eelistused päevaspaa teenuste valikul ning milliste teenuste arendamisele tuleks ettevõttel tähelepanu pöörata, et tagada klientide kasvav rahulolu ja külastatavus. Teie hinnangu alusel saame muuta Dorpat SPA teenuste valiku veelgi atraktiivsemaks ja mitmekesisemaks. Tulemuste analüüs kajastatakse kolledži lõputöös „Päevaspaa teenuste arendamine Dorpat SPA näitel“. Küsimustik on anonüümne ja sellele vastamiseks kulub aega umbes 10 minutit. Vastajate seas loositakse välja 01.04.2013 kinkekaardid järgnevatele protseduuridele: soe parafiinihooldus kätele, massaaživann ja soolakambri seanss. Loosimises osalemiseks jätke küsitluse lõpus olevasse lahtrisse oma e-posti aadress.

### **I OSA – Üldandmed**

*Mis on päevaspaa? – Päevaspaa on teenindusasutus, mis on suunatud peamiselt lühiajalisele keha, hinge ja vaimu turgutusele ning päevaste iluhoolduste pakkumisele. Teisisõnu on päevaspaa koht, mis pakub teenuseid ja pakette, mis kestavad ühest tunnist kuni päevani. Päevaspaa ei paku majutust ning üldjuhul ka mitte toithlustust.*

**1. Kas olete külastanud teisi Eesti päevaspaasid? (Kui ei, siis jätkake vastamist küsimusega number 3).**

**a) jah b) ei**

**Kui jah, siis milliseid?**

**a) Babor SPA b) Reval Day Spa c) Harmoonikum d) AESTHETIC Health And Spa  
e) Sakura Päevaspaa f) Hea Tunde Tuba g) muu**

.....

## Lisa 2 järg

### 2. Milliseid päevaspaa teenuseid olete kasutanud? Loetlege.

.....

### 3. Palun märkige ära, kui olulised on Teie jaoks erinevad päevaspaa teenused.

	Väga oluline	Pigem oluline	Osaliselt oluline/ osaliselt mitte	Pigem mitteoluline	Pole üldse oluline
Massaažid					
Keahooldused					
Näohooldused					
Käte- ja jalgadehooldused					
Juuksuriteenused					
Sauna- ja vannihooldused					
Treeningprogrammid					
Spaa päevapaketid					

### 4. Mida peate spaateenuste valimisel kõige olulisemaks? Palun valige üks vastuse variant.

a) kvaliteet b) soodne hind c) ettevõtte hea maine e) teenindaja professionaalsus

f) muu .....

## II OSA – Ettevõtte info

### 5. Kui tihti Te Dorpat SPA-d külastate?

a) iga nädal b) 1 – 2 korda kuus c) 3 – 6 korda aastas d) harvemini

### 6. Mis põhjustel olete Dorpat SPA-d külastanud?

a) lõõgastus b) välimuse eest hoolitsemine c) tervis

d) muu .....

## Lisa 2 järg

**7. Milliseid spaateenuseid olete Dorpat SPA-s kasutanud? (Vajadusel mitu vastust).**

- a) massaažid b) kehahooldused c) käte- või jalgadehooldused d) näohooldused  
e) juuksehooldused f) depilatsioonid g) vanni- või saunahooldused h) raviprotseduurid  
i) spaa päevapaketid

**8. Kuidas olete rahul Dorpat SPA teenuste valikuga?**

- a) mitte rahul b) pigem mitterahul c) osaliselt rahul/ osaliselt mitterahul d) pigem rahul  
e) väga rahul

**9. Kuidas olete rahul Dorpat SPA teenuste kvaliteediga?**

- a) mitte rahul b) pigem mitterahul c) osaliselt rahul/ osaliselt mitterahul d) pigem rahul  
e) väga rahul

**10. Kuidas hindate Dorpat SPA teenuste hinnataset?**

- a) kõrge b) taskukohane c) soodne

**11. Palun märkige ära, kuidas olete rahul järgnevate teguritega Dorpat SPA-s.**

	Mitte rahul	Pigem mitterahul	Osaliselt rahul /osaliselt mitte	Pigem rahul	Väga rahul	Ettepanekud
Üldine atmosfäär						
Külastajate						
Ruumide kujundus						
Seadmed (nt massaažilaud jne)						
Muusika						
Teenindajate riietus						
Tervistavate jookide pakkumine						
Ooteaja korraldus ja mugavus						

**Lisa 2 järg**

**12. Kas Teie arvates uute spaateenuste arendamine Dorpat SPA-s loob ettevõttele lisaväärtust?**

**a) jah b) ei**

**Kui jah, siis millised spaateenused võiksid Dorpat SPA teenuste valikus lisaks olla?**

**a) treeningprogrammid (nt jooga, aeroobika jm) b) toitumis- ja treeningnõustamine**  
**c) eriprotseduurid lastele d) eriprotseduurid meestele e) spetsiifilised iluteenused**  
(nt ilusüstid, geelküüned, kalapediküür jm) **f) aparatiivsed hooldused**  
**g) muu .....**

**13. Millised veel oleksid Teie ettepanekud Dorpat SPA teenuste arendamiseks ja küllastajate rahulolu suurendamiseks?**

.....  
.....

**III OSA – Isikuandmed**

**14. Olete:**

**a) naine b) mees**

**16. Teie sissetulek kuus:**

**a) ... – 300€ b) 300 – 600€**

**15. Teie vanus: .....**

**c) 600 – 900€ d) 900 – ...**

Loosis osalemiseks palun kirjutage siia oma e-maili aadress:

.....

Täname Teid vastamast!

## SUMMARY

### DEVELOPMENT OF DAY SPA SERVICES: THE CASE OF DORPAT SPA

Kätlin Unt

Peoples' growing awareness of their health and the ways for improving it has significantly increased the demand for spa services. Humans growing needs and desires have led them to consider slowing down their aging process and keeping themselves in good shape. This has generated a large amount of spa services and product providers all around the world, including in Estonia. In addition to the medical oriented spa hotels that are created, there are increasingly more institutions that provide daily spa and beauty treatments. Increasing emergence of spas make the competition in the spa market increasingly intense and create customers who are more selective and demanding. For staying in the competition and maintaining the privileged position it is vital for spa-centers to keep themselves informed with the latest spa trends and their customers expectations, needs and desires according to those which provide customers with the most convenient range of spa services and products.

This thesis is written on the topic of *Development of day spa services: the case of Dorpat SPA*. The topic selection is based on the fact that day spas as the growing part of the spa market is an under-researched topic in Estonia. In today's fast pace of life and increasing work pressure people are increasingly looking for the short-term relaxing services for their body, mind and soul. Day spas, which primarily are targeted to daily treatments and packages, have become one of the most favorite places for many people who have a busy lifestyle. For attracting and keeping customers attention from other health and beauty treatment providers it is important for day spas to know its key customers expectations, needs and preferences according to which it is possible to direct the development of range of services.

Dorpat SPA, which is the largest day spa in the region of Tartu and Southern Estonia, offers a diverse range of health and beauty treatments. Even though Dorpat SPA has developed its loyal clientele, the companies range of services has remained largely unchanged since its establishment. For maintaining its clientele and keeping its privileged position among growing day spa services providers it is necessary to find out in what kind of day spa services being developed a company should pay its attention to in order to increase customer satisfaction and visitations. The aim of this final paper is to give the best possibilities for developing the day spa services of Dorpat SPA based on the clients needs and preferences. To meet the objective the following research tasks were set:

- to elaborate the theoretical subject of the sources for defining the terms used in the context of spa services development and future trends, spas classification and characteristics and day spa services and target groups;
- to give an overview of the current market situation of Estonian day spas and services offered by Dorpat SPA;
- to prepare a questionnaire and carry out a study among the customers who visited Dorpat SPA;;
- to analyze the survey results and make conclusions based on the study;
- to make appropriate suggestions based on the results of the study considering development of day spa services of Dorpat SPA.

To meet the research tasks the author used an analysis of theoretical literature, quantitative research for conducting the empirical study of the questionnaire and analysis of the secondary data.

Based on theoretical viewpoints a survey was conducted among the Dorpat SPA customers in order to find out the customers satisfaction with business services and demand for development of new day spa services. The sample was made up of Dorpat SPA clients who visited the day spa from 5th to 24th of March and who agreed to answer the questionnaire. The questionnaire included respondents personal information, general information about Estonian day spa visits and importance and selection of day spa services. Also there were specific questions about Dorpat SPA, including



satisfaction with services selection, quality and price etc. As a supportive study the services offered by other Estonian day spas were analyzed.

The study revealed that the majority of surveyed customers of Dorpat SPA were middle aged women with a higher income who can allow themselves to have more spa treatments. In the authors' opinion the company should rethink its pricing strategy and pay more attention to the quality of services and price correspondence. Also, the company should consider having more offered services and promotional campaigns for their products. For instance, offering massage packages with special price and organizing monthly discounts for cosmetics and hair care products.

Furthermore, the study revealed that in the development of day spa services the company should take into account improving a number of environmental factors that affect customers visitation experience. The survey results showed that the following spa environmental factors should be considered for improving: making spatial design more cozier, improving and organizing waiting time comfort, using eco-friendly material instead of synthetic, improving the service quality, diversifying music and healthy drinks selection and adding healthy snacks to the day spa packages.

Based on the results of the study the author of the thesis pointed out the main suggestions considering the development of day spa services of Dorpat SPA. Customers most preferred services were nutrition and fitness counseling and training programs. Furthermore, others preferred day spa services included specific beauty treatments, kids procedures and machine cosmetology treatments. Based on the theory and customer preferences should Dorpat SPA also consider diversificating the selection of massages and procedures for men.

The author finds that the aim of the thesis is accomplished. The results of the thesis gave the information of which day spa services Dorpat SPA should consider developing in order to increase clients satisfaction and visitations. Based on the theoretical background and study findings the main suggestion was made for developing the new day spa services of Dorpat SPA. The author hopes that this thesis is a valuable source for Dorpat SPA in the further service development process.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina Kätlin Unt

(sünnikuupäev: 20.02.1991.a.)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Päevaspaa teenuste arendamine Dorpat SPA näitel“,

mille juhendaja on Heli Tooman,

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **15.05.2013**